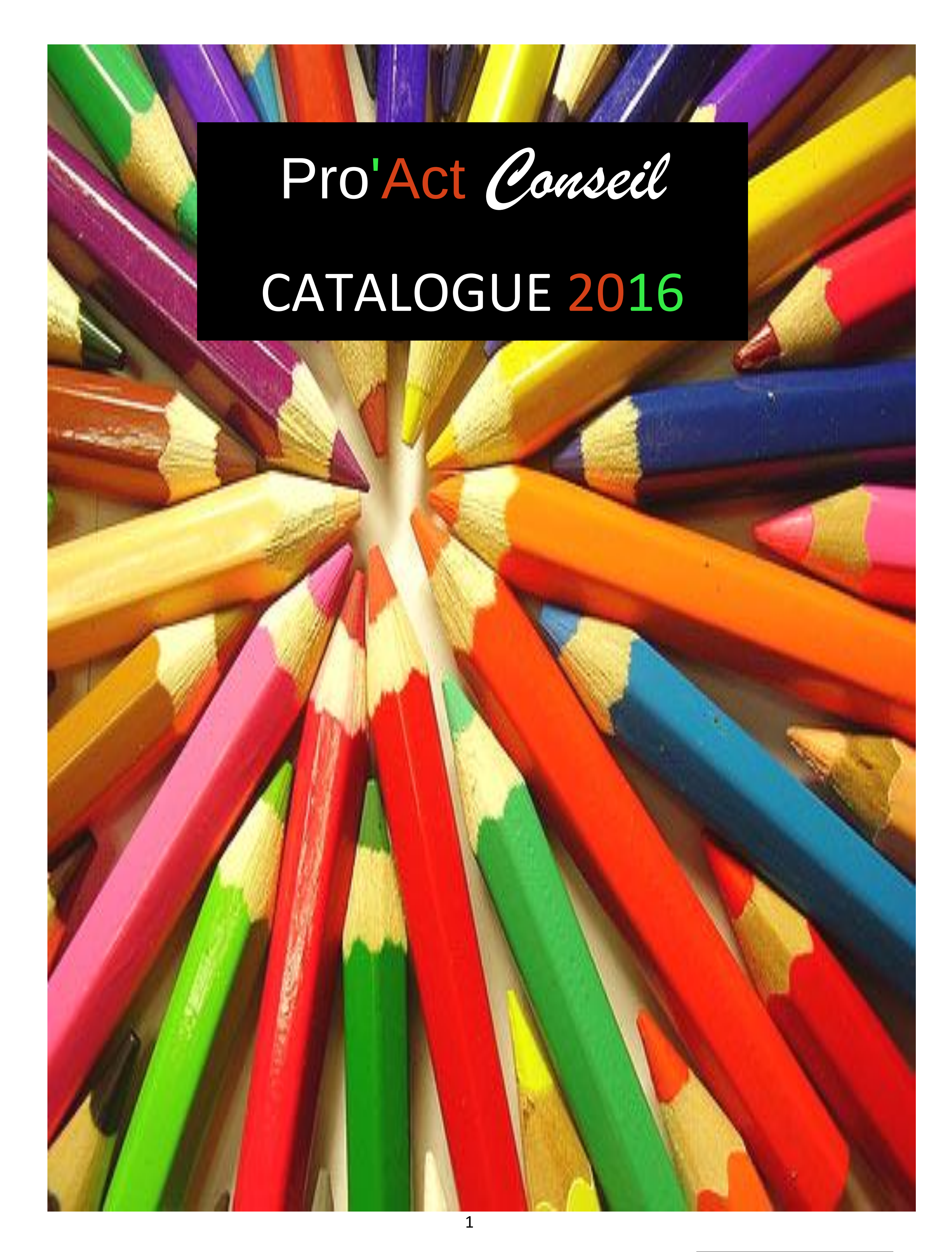

Pro'Act Conseil
CATALOGUE 2016

LE MENU FORMATION

F Formations

A Ateliers

S Simulations en 3 D

LA CARTE

Démarche INTRA offrant une réponse spécifique parfaitement adaptée à votre organisation et sur mesure **et Expertise** dans une approche comportementale

COACHING Individuel ou Collectif

CONFERENCES :
- Jouer gagnant,
- Motiv'actor,
- Fédér'actor,
- Vendre plus et mieux

ANIMATIONS FESTIVES :
- Improvisation,
- Théâtre d'entreprise,
- Ateliers,
- Jeux de piste

EVALUATIONS RH

NOS SOLUTIONS 2016

Nous voulons construire avec vous, à partir de nos ressources-catalogue une réponse formation totalement adaptée à vos spécificités et vous détacher l'expert susceptible de mettre en œuvre un déroulé pédagogique spécifique en adéquation avec vos besoins. Voici recensés nos domaines de compétences. A vous d'y puiser :

* ***Des solutions concrètes***
  ① Pour vous-même en tenant compte de votre environnement
  ② Pour vos collaborateurs quelle que soit la nature du poste occupé

* ***Des solutions efficaces***
  ① Pour obtenir des résultats rapides sur les besoins identifiés
  ② Pour vous permettre d'en mesurer les effets sur vous-même et/ou sur votre environnement professionnel

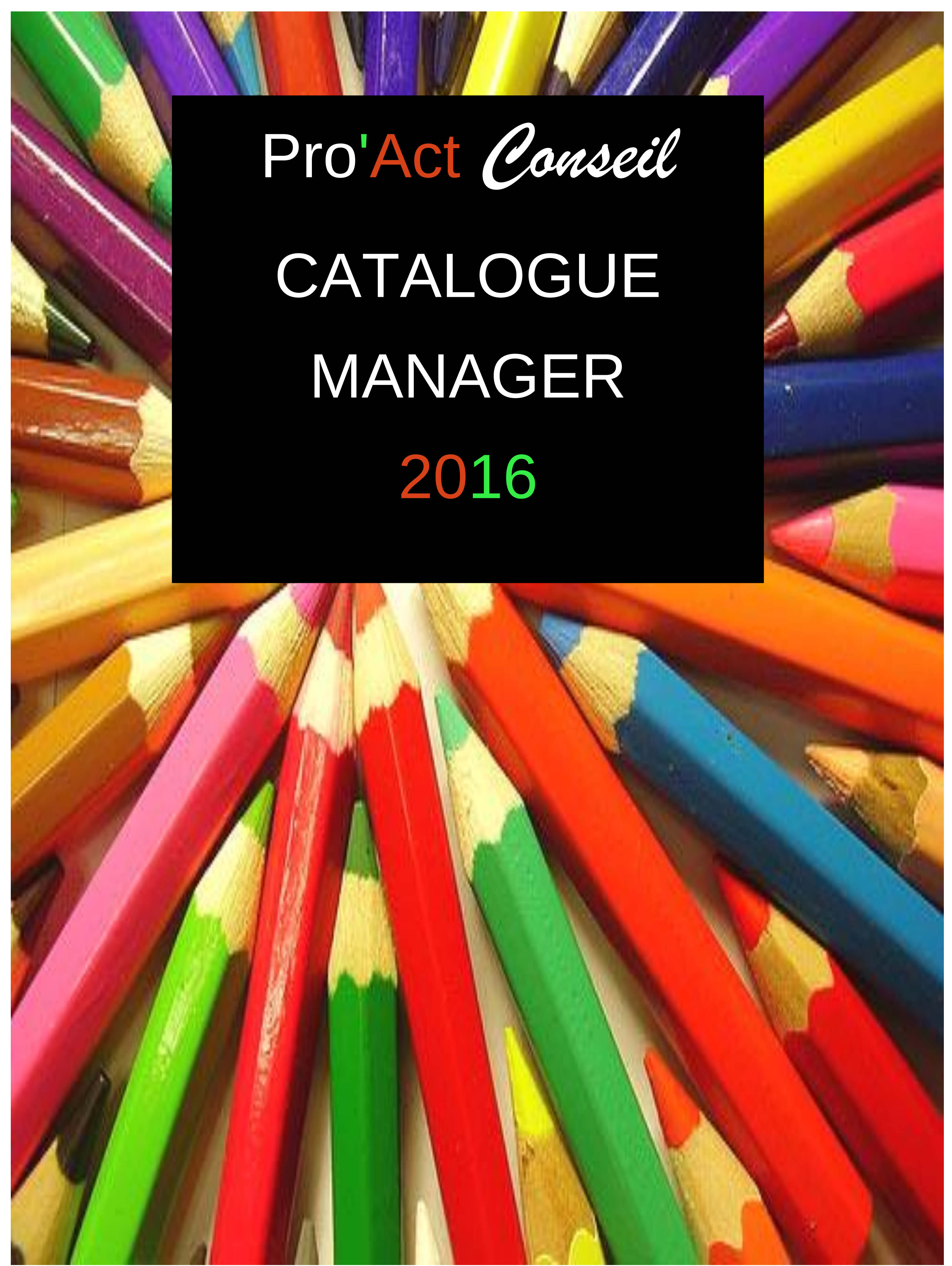
* ***Des solutions adaptées***
  ① Pour gagner en efficacité professionnelle dans toutes les situations où nous devons :
    - **Manager**
    - **Communiquer**
    - **Vendre**

  ② Pour mieux vivre les changements nécessaires dans nos vies et/ou dans nos organisations

* ***Des solutions évolutives***
  ① Pour affiner l'action de formation en partageant vos préoccupations et donc fournir un livrable évolutif
  ② Pour vous faire apprécier les dernières formes et méthodes d'acquisition de savoirs

* ***Des solutions personnalisables***
  ① Pour profiter soit d'un accompagnement individuel soit d'un apprentissage collectif en inter ou en intra
  ② Pour vous donner le choix de la méthode et de la forme, tout en nous accordant ensemble sur le fond

* ***Des solutions spécifiques***
  ① Pour renforcer une expertise dans le savoir-faire, le savoir-être ou le faire-savoir
  ② Pour asseoir la crédibilité sur le poste occupé ou par rapport à des projets personnels envisagés


Pro'Act Conseil
CATALOGUE
MANAGER
2016

MANAGER : SOMMAIRE

Comment mettre la bonne personne à la bonne place et tenir une vraie performance ?

Comment favoriser l'engagement de tous et la motivation de chacun ?

Comment jouer le bon rôle lors des 3 temps forts du management ?

Comment fédérer son équipe au quotidien ?



MANAGER

Comment mettre la bonne personne à la bonne place
et tenir ainsi une vraie performance ?

Formations :

M 101 :	**Recrutez sereinement vos futurs collaborateurs**
M 102 :	**Intégrez et accompagnez chaque nouvel entrant**
M 103 :	**Cultivez la performance dans une relation de proximité**
M 104 :	**Managez et cultivez la performance à distance**
M 105 :	**Adaptez votre style de management au niveau d'autonomie de vos collaborateurs**
M 106 :	**Exercez une délégation active**
M 107 :	**Gérez et managez par objectifs et évaluez la réussite ou l'échec d'un collaborateur**

Simulation :

M 108 :	**Entrainez-vous à recruter ou déléguer en 3D** 

M 101 : Recrutez sereinement vos futurs collaborateurs

Objectifs :

- Comprendre les contraintes et les enjeux d'un recrutement réussi
- Analyser ses besoins et déterminer ses critères de choix
- Mener une démarche de détection cohérente en recrutement interne et/ou externe
- Effectuer les différents entretiens de recrutement avec la plus grande efficacité

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les contraintes et les enjeux d'un recrutement réussi
   a) Identifier les contraintes et la nécessaire cohérence entre l'offre et la demande
   b) Apprécier les enjeux d'un recrutement réussi
2) Analyser ses besoins et déterminer ses critères de choix
   a) Effectuer un diagnostic de l'environnement sociologique et psychologique du poste à pourvoir
   b) Délimiter le "périmètre" objectif du poste à occuper
   c) Faire l'inventaire des compétences techniques et comportementales
   d) Les hiérarchiser selon un critère d'importance en 3 catégories : les compétences impératives car requises pour le poste, les compétences favorisant la prise de décision car de vrais plus, les compétences optionnelles qui feront la différence entre 2 candidats sélectionnés
3) Mener une démarche de détection cohérente en recrutement interne et/ou externe
   a) Traduire le besoin et les critères de choix en offre
   b) Fixer les règles du jeu et les limites de la recherche active
   c) Déterminer le cadre et les modalités de cette recherche en choisissant attentivement ses supports de recherche quitte à élargir dans un deuxième temps les sources de sélection pour avoir un potentiel plus important vis-à-vis du choix attendu
   d) Trier les CV et les lettres de motivation en repérant les cohérences et incohérences dans le parcours professionnel et l'expertise attendue par rapport à la nature du poste à occuper mais aussi dans la personnalité affirmée par rapport au profil recherché
   e) Présélectionner de façon juste et équitable les profils à recevoir
   f) Informer l'ensemble des candidats des suites données à leur candidature
   g) Planifier les rdv collectifs et individuels
   h) Interagir face aux reports éventuels
4) Effectuer les différents entretiens de recrutement avec la plus grande efficacité
   a) Préparer soigneusement ses entretiens de recrutement en particulier en utilisant à bon escient un guide d'entretien et ses propres outils d'analyse
   b) Apprécier chaque profil et contrôler les informations lors d'un entretien collectif
   c) Dépasser les apparences et mettre en évidence les atouts de chacun lors d'un entretien individuel
   d) Prendre du recul et se donner le temps de la réflexion et de l'analyse pour faire le bon choix
   e) Informer le candidat retenu tout en planifiant et en organisant son arrivée
   f) Faire progresser les candidats non retenus en les informant des éléments sur lesquels votre arbitrage s'est effectué pour les aider face dans leur démarche de recrutement

M 102 : Intégrez et accompagnez chaque nouvel entrant

Objectifs :

- Comprendre les contraintes et les enjeux d'une intégration réussie
- Anticiper et préparer l'arrivée de chaque nouveau collaborateur
- Mener une démarche d'intégration aboutie vis-à-vis de tout nouvel entrant

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les contraintes et enjeux d'une intégration réussie
   a) Comprendre les contraintes liées à l'arrivée et à l'intégration d'un nouvel entrant au sein de l'équipe
   b) Comprendre les enjeux d'une intégration réussie pour l'organisation, pour la politique RH, pour soi-même dans sa posture de manager, pour l'équipe et pour le nouveau collaborateur
2) Anticiper et préparer l'arrivée de chaque nouveau collaborateur
   a) Bâtir un plan d'intégration adapté c'est-à-dire tenant compte du profil recruté (compétences, expériences, personnalité) et des exigences du poste (missions, rôle et tâches)
   b) Mobiliser l'ensemble des acteurs concernés par le processus d'intégration, pour que chacun tienne son rôle
   c) Sensibiliser chacun des membres de l'équipe sur les conditions de réussite du plan d'intégration et sur les spécificités du "profil" recruté
   d) Collecter les outils et supports d'information nécessaires à la bonne appréciation de l'environnement professionnel dans lequel va désormais évoluer le nouvel entrant et lui remettre dès son arrivée
   e) Fixer les modalités de réalisation et de suivi du plan d'intégration en fixant le cadre des étapes intermédiaires et du bilan de fin d'intégration
   f) Choisir le meilleur accompagnement possible au regard des ressources disponibles entre accompagnement direct et contrat de délégation
   g) Valider la disponibilité et l'aptitude des tuteurs quant à leur capacité à l'aider à progresser dans l'acquisition des bons réflexes et leur faculté à l'observer dans sa "performance" afin d'anticiper ou de réagir face aux difficultés rencontrées
3) Mener une démarche d'intégration aboutie vis-à-vis de tout nouvel entrant
   a) 10 clefs pour réussir son premier jour
   b) 10 clefs pour lui permettre de trouver sa place dans l'équipe en 5 jours
   c) 10 clefs pour lui permettre de mieux appréhender les spécificités de son environnement professionnel et répondre aux attentes du poste occupé en 30 jours
   d) 10 clefs pour transformer l'essai à l'issue du bilan d'intégration



1 jour pour apprécier ou

2 jours pour connaître et appliquer les grands principes du management 

M 103 : Cultivez la performance dans un management de proximité

Objectifs :

- Définir la notion de management et appréhender ce qu'est l'art du management
- Intégrer la culture de la performance comme clef du succès d'un manager
- Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
- Appliquer les grands principes du management pour acquérir de nouveaux réflexes ou renforcer ses convictions dans ses pratiques managériales

Contenu pédagogique :

1) Définir la notion de management et appréhender ce qu'est l'art du management
   a) Définir le mot « manager » et concevoir ce qu'est et ce que n'est pas le management
   b) Appréhender l'art du management comme la combinaison de plusieurs facteurs permettant de répondre à la fois aux attentes de son organisation et du service RH, de sa propre hiérarchie et de ses pairs, des membres de son équipe collectivement et individuellement
2) Intégrer la culture de la performance comme clef du succès d'un manager
   a) Apprécier la loi de la performance
   b) Viser plus que l'efficacité, l'efficience sur chacun des 3 leviers de la performance
3) Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
   a) S'accepter dans la mission, prendre du plaisir dans la fonction, remplir totalement l'ensemble de ses rôles, imaginer ses propres facteurs de réussite et/ou d'échecs possibles au regard de son expérience et de sa personnalité
   b) Prendre en considération les autres à manager et appréhender l'hétérogénéité des profils et personnalités de façon à adapter son style de management et son mode de communication à la diversité des individus
   c) Mettre en évidence les situations de management qui semblent plus favorables et celles qui semblent plus difficiles lorsqu'il s'agit de fédérer durablement à soi l'ensemble de ses collaborateurs directs en créant les conditions d'un environnement favorable, en développant l'esprit collectif tout en tenant compte des attentes individuelles
4) Appliquer les grands principes de management
   a) Partager un projet, fixer l'ambition et définir des objectifs collectifs ou individuels cohérents
   b) Optimiser la sélection en recrutant et en déléguant à bon escient à la bonne personne au bon moment
   c) Développer la circulation et la transmission de l'information utile et nécessaire pour que chacun dans l'équipe tienne son poste tout en étant soi-même un excellent communicant
   d) Jouer sur l'ensemble des leviers motivationnels dont on dispose y compris en matière de rémunération de façon à générer collectivement et/ou individuellement plus de performance et moins de stress
   e) Construire et respecter les règles du jeu de l'équipe en différenciant les erreurs et les fautes
   f) Apprécier la performance à travers de bons indicateurs de mesure et évaluer l'implication de chacun
   g) Viser l'amélioration continue des compétences de chacun par la mise en œuvre de plans de formation personnalisés et en encourageant le partage des bonnes pratiques au sein de son équipe
   h) Donner de l'énergie positive en surprenant ses collaborateurs à bien faire tout en sanctionnant de façon juste et équitable l'absence de performance ou tout manquement aux règles du jeu fixées et acceptées



3 jours pour approfondir en couleur 

et appliquer les grands principes du management 



M 103 : Cultivez la performance dans un management de proximité

Objectifs :

- Définir la notion de management et appréhender ce qu'est l'art du management
- Intégrer la culture de la performance comme clef du succès d'un manager
- Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
- Adopter les bons réflexes du langage des couleurs dans l'application des grands principes du management

Contenu pédagogique :

1) Définir la notion de management et appréhender ce qu'est l'art du management
   a) Concevoir ce qu'est et ce que n'est pas le management et définir le mot « manager »
   b) Appréhender l'art du management comme la combinaison de plusieurs facteurs permettant de répondre à la fois aux attentes de son organisation et du service RH, de sa propre hiérarchie et de ses pairs, des membres de son équipe collectivement et individuellement
2) Intégrer la culture de la performance comme clef du succès d'un manager
   a) Apprécier la loi de la performance
   b) Viser plus que l'efficacité, l'efficience sur chacun des 3 leviers de la performance
3) Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
   a) S'accepter dans la mission, prendre du plaisir dans la fonction et remplir totalement l'ensemble de ses rôles, imaginer ses propres facteurs de réussite et/ou d'échecs possibles au regard de son expérience et de son profil en couleur
   b) Prendre en considération les autres à manager et appréhender l'hétérogénéité des profils et personnalités de façon à adapter son style de management et son mode de communication à la diversité des individus et des couleurs dans l'équipe
   c) Mettre en évidence les situations de management qui semblent plus favorables et celles qui semblent plus difficiles lorsqu'il s'agit de fédérer durablement à soi l'ensemble de ses collaborateurs directs en créant les conditions d'un environnement favorable, en développant l'esprit collectif tout en tenant compte des attentes individuelles
4) Adopter les bons réflexes du langage des couleurs dans l'application des grands principes de management :
   a) Partager un projet, fixer l'ambition et définir des objectifs collectifs ou individuels cohérents
   b) Optimiser la sélection en recrutant et en déléguant à bon escient à la bonne personne au bon moment
   c) Développer la circulation et la transmission de l'information utile et nécessaire pour que chacun dans l'équipe tienne son poste tout en étant soi-même un excellent communicant
   d) Jouer sur l'ensemble des leviers motivationnels dont on dispose y compris en matière de rémunération de façon à générer collectivement et/ou individuellement plus de performance et moins de stress
   e) Construire et respecter les règles du jeu de l'équipe en différenciant les erreurs et les fautes
   f) Apprécier la performance à travers de bons indicateurs de mesure et évaluer l'implication de chacun
   g) Viser l'amélioration continue des compétences de chacun par la mise en œuvre de plans de formation personnalisés et en encourageant le partage des bonnes pratiques au sein de son équipe
   h) Donner de l'énergie positive en surprenant ses collaborateurs à bien faire tout en sanctionnant de façon juste et équitable l'absence de performance ou tout manquement aux règles du jeu fixées et acceptées



1 jour pour être un grand manager à distance 

M 104 : Managez et cultivez la performance à distance

Objectifs :

- Identifier les enjeux et relever le défi du management à distance
- Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
- Identifier les facteurs de réussite et les sources d'échecs possibles dans son management à distance

Contenu pédagogique :

1) Identifier les enjeux et relever le défi du management à distance
   a) Identifier les enjeux du management à distance pour l'organisation et le service RH, pour soi comme manager, pour la cohésion d'équipe et pour chacun de ses collaborateurs individuellement
   b) Relever le défi du management à distance par une juste représentation du pouvoir, de l'autorité et du leadership dans une relation à distance et un travail sur ses propres limites face à la responsabilisation et l'autonomie nécessaires dans une relation entre un manager et ses collaborateurs à distance
2) Mesurer l'ampleur et les difficultés de la tâche
   a) S'accepter dans la mission, prendre du plaisir dans la fonction et remplir totalement l'ensemble de ses rôles
   b) Prendre en considération les autres à manager dans une relation à distance, comprendre les besoins de chacun, intégrer les mécanismes relationnels et jeux de pouvoir et appréhender l'hétérogénéité des profils et personnalités de façon à adapter son style de management et son mode de communication selon les attentes spécifique de chacun
   c) Créer les conditions d'un environnement favorable en faisant face aux exigences du travail à distance et en mettant en œuvre les séquences spécifiques du management à distance visant à :
      - Finaliser c'est-à-dire définir des ambitions, préciser les stratégies, fixer des objectifs
      - Organiser c'est-à-dire optimiser l'organisation hiérarchique et fonctionnelle, préciser les mécanismes de coordination, indiquer les procédures, planifier l'activité et tendre vers un environnement de travail propice à la productivité mais aussi à l'échange
      - Contrôler c'est-à-dire vérifier la cohérence entre les finalités et les objectifs, valider les résultats obtenus, mettre en place des corrections
      - Animer c'est-à-dire diriger l'équipe, mobiliser les ressources, orienter l'action collective vers les objectifs fixés, gérer les singularités mais aussi de plus en plus : donner de l'énergie, favoriser la « créativité », soutenir/sanctionner, communiquer
3) Identifier les facteurs de réussite et les sources d'échecs possibles dans son management à distance
   a) 5 bons réflexes pour stimuler et responsabiliser ses collaborateurs à distance et instaurer (ou restaurer) la confiance
   b) 5 bon réflexes pour optimiser l'organisation de l'équipe (des équipes) à distance, mettre en place et suivre des indicateurs d'activité collective, évaluer la qualité des interrelations et du travail collaboratif
   c) 5 bons réflexes pour adopter un processus de communication adapté, bâtir une relation tournée vers les besoins relationnels et le maintien du lien et du sentiment d'appartenance malgré la distance
   d) 5 bons réflexes pour rester informé sur les personnes et leurs actions en créant un réseau d'informations soutenu et actif tenant compte des contraintes et des impératifs de l'organisation
   e) 5 bons réflexes pour passer d'une animation virtuelle à une animation réelle en gérant les cas difficiles et en traitant les situations de tension et les conflits interpersonnels ou organisationnels à distance



1 jour pour adopter le bon style de management 

M 105 : Adaptez votre style de management au niveau d'autonomie de vos collaborateurs

Objectifs :

- Comprendre et appliquer les mécanismes de l'animation différenciée de ses collaborateurs selon leur niveau d'autonomie
- Découvrir son style naturel de management selon sa propre représentation de l'autorité et du pouvoir
- Enrichir son style naturel de management

Contenu pédagogique :

1) Comprendre et appliquer les mécanismes de l'animation différenciée de ses collaborateurs selon leur niveau d'autonomie
   a) Appréhender les 4 niveaux d'autonomie de ses collaborateurs directs selon l'échelle suivante : très faible niveau d'autonomie (A1), faible niveau (A2), niveau moyen (A3), niveau élevé (A4)
   b) Appréhender les 4 styles d'animation existants : de la directivité la plus forte (rôle M1) à la délégation la plus aboutie (rôle M4)
   c) Identifier les conditions d'application différentes entre les binômes suivants : M1/M2 et M3/M4 afin de viser l'efficacité maximale pour diriger, entraîner, épauler et/ou déléguer à bon escient
   d) Apprécier les atouts et limites de chaque style afin d'éviter les dérives possibles de management en passant de directif à dirigiste, de persuasif à manipulateur, de participatif à laxiste et de «délégatif» à «abandonniste»
2) Découvrir son style naturel de management selon sa propre représentation de l'autorité et du pouvoir
   a) Identifier son propre style d'autorité selon la méthode FISC
   b) Repérer son style naturel de management
3) Enrichir son style naturel de management
   a) Libérer toutes ses aptitudes à manager en se montrant flexible et inventif en management
   b) Prendre conscience des comportements qui mènent à l'impasse en déjouant les excès, en désactivant les blocages et en dissipant ses propres illusions
   c) Déterminer sa stratégie de réussite en sachant tirer parti de tous les styles de management et le faisant évoluer dans un sens comme dans un autre, selon le contexte



1 jour pour déléguer en toute sérénité 

M 106 : Exercez une délégation active

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de la délégation
- Mettre en place un système de délégation efficace lors de l'avant, du pendant et de l'après délégation
- Mener avec brio les différents entretiens de délégation

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les enjeux de la délégation
   a) Repérer en quoi consiste la délégation afin de créer les conditions de réussite d'un contrat de délégation ou l'art de prendre en considération les 4 aspects d'une délégation
   b) Comprendre les enjeux qui se cachent derrière en matière de responsabilisation et d'autonomie
   c) Lever les principaux obstacles à la délégation :
      - les vraies croyances limitantes qui freinent la mise en œuvre de contrats de délégation au sein d'une organisation,
      - les blocages psychologiques qui empêchent un délégateur de vouloir déléguer (en commençant par accepter de désapprendre à faire sans craindre pour sa légitimité)
      - les contraintes professionnelles qui empêchent un délégateur de pouvoir déléguer
      - les freins qui poussent un délégataire à refuser une délégation
   d) Identifier les bénéfices que l'on peut retirer d'une délégation côté délégateur et côté délégataire ou mettre en évidence les 5 bonnes raisons pour l'encourager au sein de sa propre organisation, déléguer sans crainte et sans complexe, encourager un délégataire à accepter une délégation
2) Mettre en place un système de délégation efficace lors de l'avant, du pendant et de l'après délégation
   a) Bien préparer sa délégation en faisant le point sur les compétences, en clarifiant les besoins, en estimant les risques et en mettant en place les conditions propices à la délégation
   b) Choisir le « bon » collaborateur en communiquant sur sa décision, en l'informant des modalités d'exercice et du cadre de délégation, en faisant preuve de souplesse dans sa négociation du contrat de délégation
   c) Engager la délégation dans le bon sens en misant sur une relation de confiance entre acteurs responsables et en mettant en place une délégation « transparente »
   d) Jouer pleinement son rôle de délégateur en particulier en favorisant la transmission des informations utiles et nécessaires
   e) Accompagner son collaborateur jusqu'au bout en surveillant la délégation sans faire preuve d'intrusion, en repérant les difficultés de son collaborateur, en valorisant les délégataires méritants et en sachant mettre fin à une délégation
3) Mener avec brio les différents entretiens de délégation
   a) Etablir un contrat de délégation lors d'un entretien de présentation de sa délégation
   b) Encourager et lever les difficultés rencontrées lors d'un entretien de pilotage
   c) Féliciter ou mettre fin avec habileté à une délégation lors d'un entretien de suivi de délégation



M 107 : Gérer et manager par objectifs et évaluer la réussite ou l'échec d'un collaborateur

Objectifs :

- Comprendre les enjeux d'un management par objectifs
- Gérer et manager par objectifs
- Effectuer un suivi adapté des performances collectives et individuelles
- Maitriser l'évaluation des performances

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les enjeux d'un management par objectifs
   a) Prendre la mesure de l'exercice en comprenant la nécessité de la définition d'objectifs cohérents et de la mesure de la performance à travers des indicateurs précis
   b) Asseoir son leadership à travers la mise en œuvre d'un processus de fixation des objectifs et d'appréciation dynamique et participatif
   c) Apprécier l'impact de l'ambition et de l'évaluation sur la motivation collective et/ou individuelle

2) Gérer et manager par objectifs : les 6 étapes
   a) Etablir un état des lieux et élaborer un diagnostic SWOT
   b) Fixer un cadre et des limites à l'ambition collective et/ou individuelle
   c) Déterminer des objectifs SMART et choisir les indicateurs de mesure avec soin
   d) Mettre en œuvre un plan d'actions
   e) Contrôler
   f) Evaluer et ajuster

3) Effectuer un suivi adapté des performances collectives et individuelles
   a) Formaliser l'action de façon à suivre véritablement la « progression »
   b) Passer de l'idée à l'action en mettant en place un système de suivi des performances collectives et individuelles permettant d'établir des contrats d'objectifs avec chacun, de fixer les échéances, d'engager des actions, de les hiérarchiser, de définir un calendrier de contrôle
   c) Trouver le juste équilibre entre le glaive et la balance en formalisant votre appréciation
   d) Se donner des critères d'efficacité pour évaluer de façon juste et équitable
   e) Ne pas tomber dans les effets pervers qui conduisent à un acte manqué
   f) Passer un contrat moral en s'assurant de l'adhésion et en obtenant un accord de principe du collaborateur évalué

4) Maitriser l'évaluation des performances
   a) Intégrer l'évaluation des performances dans les moments clefs de votre management
   b) Optimiser le processus d'évaluation
   c) Faire en sorte que l'évaluation soit source de motivation et non un acte manqué



M 108 : Entraînez-vous à recruter ou à déléguer en 3 Dimensions

3 Dimensions = Dimension 1 : le Recruteur ou le délégateur

Dimension 2 : le Recruté ou le délégataire

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

- Faire jouer chaque manager dans un rôle de recruteur ou de délégateur
- Mettre un recruteur / délégateur et un recruté/ délégataire en situation de face à face
- Faire vivre plusieurs jeux de rôles sur des situations de recrutement différentes (recrutements internes / recrutements externes) ou de délégation aboutie (entretiens de sélection, entretien de pilotage, entretien de bilan en cas de réussite et en cas d'échec
- Faire prendre conscience à chacun des écarts entre méthode et restitution dans l'entretien des différents moments clés de l'entretien de sélection (phase d'accueil - phase de développement - phase de validation - phase de conclusion)
- Etablir avec chacun d'eux un plan de progrès en fonction des acquis et faiblesses identifiées à travers :
  - les remarques formulées sur la base de l'appréciation des grilles d'analyses remplies par les observateurs
  - les commentaires à chaud des candidats en situation de recrutés et/ou de délégataires

Option : 

Cette démarche peut être effectuée à travers une approche comportementale spécifique : le langage des couleurs



MANAGER

Comment favoriser l'engagement de tous et la motivation de chacun ?

Formations :

M 201 : Intégrer dans son management la diversité intergénérationnelle

M 202 : Managez des seniors et des collaborateurs plus âgés que vous

M 203 : Managez la génération Y (les digitales natives)

M 204 : Capitalisez sur les différences pour mieux travailler ensemble

M 205 : Comprenez mieux votre entourage professionnel de façon à créer entre vous et eux une dynamique positive

M 206 : Adaptez votre style de management au profil et à la personnalité de chacun de vos collaborateurs

M 207 : Soyez un leader dans l'animation de votre équipe pour chaque situation rencontrée

M 208 : Boostez l'équipe et motivez chacun de vos collaborateurs

Ateliers :

M 209 : Managez votre propre manager

M 210 : Gagnez la bataille de l'engagement

M 211 : Identifiez vos actes manqués et démasquez les actes de sabotage des démotiv'acteurs puissants

M 212 : 20 trucs et astuces pour motiver autrement que par la rémunération en période de crise

1 jour pour créer/renforcer une dynamique collective





M 201 : Intégrer dans son management la diversité intergénérationnelle

Objectifs :

- Comprendre l'aspect génération au travail
- Définir les principales caractéristiques des trois générations présentes aujourd'hui au travail
- Intégrer dans son management de bons réflexes pour gérer la diversité au quotidien et réduire l'impact des différences générationnelles

Contenu pédagogique :

1) Comprendre l'aspect génération au travail
   a) Définir ce qu'est une génération
   b) Comprendre qu'appartenir à une génération est une affaire de « sentiments »
   c) Déceler les conséquences du modèle générationnel dans la relation entre moi et ma génération et moi et l'autre génération

2) Définir les principales caractéristiques des générations présentes dans l'entreprise à travers leurs représentation du travail, leur rapport à l'entreprise et à l'autorité, leurs leviers motivationnels et leur sens de l'engagement dans et hors travail, leurs codes comportementaux, leur mode de communication dans les relations interpersonnelles et leurs attentes vis-à-vis d'une hiérarchie
   a) La génération des babies-boomer
   b) La génération X
   c) La génération Y

3) Intégrer dans son management de bons réflexes pour gérer la diversité au quotidien et réduire l'impact des différences générationnelles
   a) Comprendre l'incidence en matière d'engagement pour changer la donne : les 4 E : l'engagement instrumental, l'engagement professionnel, l'engagement managérial, l'engagement communautaire
   b) Prendre en compte ce qui relie plutôt que de se focaliser sur les vraies différences entre les différentes générations dues à une perception différente de la vie en général et de l'engagement au travail, aux divergences face aux désirs d'appartenance à un collectif ou, au contraire, une vision très personnelle voire individualiste de son environnement professionnel
   c) Développer un nouveau style de management en dépassant le débat jeunes / séniors entre filiation, transmission et sacrifice et éviter les conflits de générations (les Y pouvant être considérés comme les chasseurs de vieux en temps de crise)
   d) Permettre à chacun de trouver sa place en changeant de mode de communication et en soignant ses relations interpersonnelles



1 jour pour optimiser son animation de seniors dans l'équipe 

M 202 : Managez des seniors ou des collaborateurs plus âgés que vous

Objectifs :

- ➢ Décoder les spécificités des seniors (les babies-boomer)
- ➢ Comprendre les problématiques liées à la présence de seniors et au vieillissement de la population active dans un collectif
- ➢ Adapter ses pratiques managériales face aux seniors et/ou aux collaborateurs plus âgés que soi

Contenu pédagogique :

1) Décoder les spécificités des séniors
   a) Appréhender les spécificités des séniors en matière d'engagement et de représentation du travail, à travers leur rapport à l'entreprise et à l'autorité : les 4 S des séniors : solidarité, soutien, savoir et savoir-faire,
   b) Comprendre leurs codes, leurs besoins et motivations dans les rapports aux autres: les 4 C des séniors : collectif, concertation, collaboration, continuité

2) Comprendre les problématiques liées à la présence de seniors et au vieillissement de la population active dans un collectif
   a) Comment se situent les séniors dans les nouvelles configurations de travail
   b) Quel est, en termes de "désespérance" et de décalage croissant, le potentiel du "senior ressource"
   c) Quels objectifs viser avec des seniors : Faut-il à tout prix maintenir leur engagement professionnel ? Et si oui, comment ? Pourquoi et comment développer et valoriser leurs compétences ? Faut-il les ménager ? Préserver leur santé ? Faut-il les rassurer sur leur capacité à apprendre à nouveau ? Et si oui comment ?

3) Adapter ses pratiques managériales face aux seniors et aux collaborateurs plus âges que soi
   a) Se mettre dans la bonne optique entre s'adapter ou les faire s'adapter
   b) Repenser son style de management et les postures à adopter face à eux
   c) Fixer les bonnes limites et construire une relation manager-collaborateur optimale en œuvrant pour trouver le bon mode de communication
   d) Créer une dynamique autour de leur expérience et de leur personnalité rompue à divers environnements professionnels pour aller vers plus d'efficacité collective au sein de votre équipe



1 jour pour optimiser l'animation des « digitales natives »

M 203 : Managez la génération Y

Objectifs :

- Déterminer les spécificités de la génération Y
- Comprendre les problématiques liées à l'arrivée de Y dans un collectif
- Adapter ses pratiques managériales

Contenu pédagogique :

1) Déterminer les spécificités de la génération Y entre conformité et non-conformité par rapport aux générations précédentes déjà présentes dans l'entreprise

   a) Les Y à travers l'analyse de leur engagement et leur représentation du travail, leur rapports à l'entreprise et à l'autorité : les 4 S des Y : sympathie, symétrie, solution, soutien
   b) Les Y à travers l'analyse de leurs codes, leurs besoins et motivations dans leur rapport aux autres : les 4 I des Y : individualisme, interconnexion, impatience inventivité

2) Comprendre les problématiques liées à l'arrivée de Y dans un collectif

   a) Comment se situent les Y dans l'entreprise et face à un environnement de travail
   b) Quel est, en termes de « désespérance » et de décalage croissant, le potentiel du « Digital Native » ?
   c) Quels objectifs viser avec des Y : Faut-il à tout prix encourager leur engagement professionnel ? Et si oui, comment ? Pourquoi et comment développer et valoriser leurs compétences ? Faut-il les ménager ? Préserver leur individualisme ? Faut-il les rassurer sur leur capacité à évoluer ? Et si oui comment ?

3) Adapter ses pratiques managériales

   a) Se mettre dans la bonne optique entre s'adapter ou les faire s'adapter
   b) Repenser son style de management et les postures à adopter face à eux
   c) Fixer les bonnes limites et construire une relation manager-collaborateur optimale en œuvrant pour trouver le bon mode de communication
   d) Créer une dynamique positive afin de créer la cohésion grâce à une greffe réussie entre le Y et les autres, pour aller vers plus d'efficacité collective



M 204 : Capitalisez sur les différences pour mieux travailler ensemble

Objectifs :

- Mobiliser les énergies autour d'un projet commun et de missions spécifiques
- Favoriser la cohésion en associant des talents et comportements différents
- Montrer sa reconnaissance plus que sa frustration
- Viser l'évolution plus la stagnation des talents

Contenu pédagogique :

1) Mobiliser les énergies autour d'un projet commun et de missions spécifiques

   a) Définir le projet commun
   b) Donner du sens pour éclairer les actions au quotidien
   c) Capitaliser sur les différents savoir-faire en créant des communautés d'experts
   d) Anticiper les actions à mener de façon à rythmer les activités

2) Favoriser la cohésion en associant des talents et comportements différents

   a) Poser ensemble les fondations du groupe
   b) Inspirer une vision partagée en changeant la donne en matière d'engagement : les 4 E : l'engagement instrumental, l'engagement professionnel, l'engagement managérial, l'engagement communautaire
   c) Jouer la complémentarité en associant des talents et des comportements différents dans des réflexions créatives et des actions ciblées.
   d) Garder l'équilibre entre individuel et collectif

   .

3) Montrer sa reconnaissance plus que sa frustration

   a) Rester toujours proche de ses collaborateurs en organisant sa disponibilité
   b) Inspirer une vision partagée en cultivant les petits riens qui font la différence
   c) Soutenir la mobilisation en formalisant sa satisfaction
   d) Communiquer pour mieux convaincre en faisant savoir les savoir-faire mais aussi les savoir-être satisfaisants plus que les performances ou comportements hors-jeu

4) Viser l'évolution plus que la stagnation des talents

   a) Impulser une dynamique de progression des savoir-faire et des savoir-être
   b) Partager les bonnes pratiques
   c) Susciter les contributions formelles en déléguant des tâches valorisantes
   d) Accompagner véritablement ses collaborateurs pour anticiper leurs évolutions



1 jour pour bien travailler avec les autres 

M 205 : Comprenez mieux votre entourage de façon à créer entre vous et eux une dynamique positive et développer l'esprit d'équipe

Objectifs :

- Entre manager une équipe comme un collectif ou une somme d'individus : il faut choisir
- Cerner ses interlocuteurs : son manager, ses pairs et collaborateurs directs
- Développer ses talents relationnels et entretenir du liant et des liens
- Construire des relations durables et productives avec l'ensemble de ses interlocuteurs
- Fédérer l'équipe lors des moments favorables comme dans les phases critiques

Contenu pédagogique :

1) Entre manager une équipe comme un collectif ou une somme d'individus : il faut choisir
   b) Comprendre les enjeux de la constitution d'un collectif ou d'une somme d'individus cohabitant mais ne partageant pas un projet ou des valeurs communes
   c) Repérer le positionnement de chacun de ses interlocuteurs directs selon cette approche

2) Cerner ses interlocuteurs directs
   a) Décoder le comportement de ses interlocuteurs
   b) Comprendre son manager, ses pairs et ses collaborateurs
   c) Etre au clair avec des personnalités difficiles

3) Développer ses talents relationnels et entretenir du liant et des liens
   a) Adopter le bon état d'esprit pour engendrer un climat favorable à la cohésion
   b) Opter pour attitude d'écoute active de façon à canaliser les émotions de l'équipe face à un étranger, un nouveau, un déviant ou un opposant dans le groupe
   c) Mettre en place la bonne stratégie pour corriger les comportements menant à l'impasse
   d) Gérer les crises en misant sur le dialogue

4) Construire des relations durables et productives avec l'ensemble de ses interlocuteurs
   a) Travailler en bonne intelligence avec sa hiérarchie
   b) Faire de ses collaborateurs et de ses pairs des alliés solides
   c) Impulser une dynamique autour de soi en faisant preuve d'ouverture, d'inclusion, de confiance et de partage
   d) Mobiliser les énergies dans les situations difficiles

5) Fédérer l'équipe lors des moments favorables comme des phases critiques
   a) Anticiper les changements nécessaires sans casser la dynamique de l'équipe
   b) Développer les talents dans et en dehors de l'équipe
   c) Se séparer d'un collaborateur
   d) Faire de ses collaborateurs des alliés en suscitant l'adhésion à votre management



M 206 : Adaptez votre style de management au profil et à la personnalité de chacun de vos collaborateurs

Objectifs :

- Prendre en compte les différents aspects de sa personne à travers le langage des couleurs
- Etre en relation avec autrui
- Favoriser la synergie d'équipe en fédérant à soi grâce à une meilleure communication avec chaque couleur
- Etre dans le bon style de management face à toutes les couleurs

Contenu pédagogique :

1) Prendre en compte les différents aspects de sa personne à travers le langage des couleurs
   a) Connaitre son style naturel et son style adapté dans le langage des couleurs
   b) Repérer son positionnement dans la roue des couleurs
   c) Identifier ses atouts et ses axes de progrès selon sa (ses) couleur(s) dominante(s)
   d) Gagner en flexibilité afin d'entreprendre de changer ce qui peut être changé pour améliorer ses relations avec les autres

2) Etre en relation avec autrui
   a) Reconnaître l'autre en couleur à travers ses attitudes et comportements
   b) Apprécier les relations entre les couleurs : des plus fusionnelles au plus conflictuelles

3) Favoriser la synergie d'équipe en fédérant à soi grâce à une meilleure communication avec chaque couleur
   a) Prendre de la distance entre la personne et les personnages joués face aux autres
   b) Agir en fonction des préférences de l'autre pour mieux communiquer avec un Rouge, un Jaune, un Vert, un Bleu
   c) Identifier les erreurs usuelles dans le mode et les canaux de communication utilisés
   d) Bâtir son plan de progrès en matière d'empathie et d'assertivité

4) Etre dans le bon style de management
   a) Comprendre les besoins des autres vis-à-vis de leur manager selon leurs couleurs dominantes
   b) Jouer sur les 2 registres sur lesquels s'articule la relation manager – managés : la hiérarchie des fonctions et l'égalité des personnes
   c) Identifier les erreurs de styles les plus fréquentes selon son style naturel : soit la prise en compte d'un seul registre soit la confusion des registres
   d) Bâtir son plan de progrès en matière d'adaptabilité dans son style de management



M 207 : Soyez un leader dans l'animation de votre équipe pour chaque situation rencontrée

Objectifs :

- Intégrer les couleurs dans la dynamique d'équipe
- Mettre en œuvre un processus de synergie d'équipe efficace
- S'affirmer comme leader de l'équipe
- Etre leader dans toutes les situations de management les plus fréquentes

Contenu pédagogique :

1) Intégrer les couleurs dans la dynamique d'équipe
   a) Prendre en considération les caractéristiques d'une équipe performante : un leader, des membres
   b) Apprécier les étapes de la formation d'une équipe et ses facteurs de réussite (ce qui la rend exceptionnelle)
   c) Comprendre les besoins spécifique de chaque individu et du collectif quant à la définition et l'adhésion au projet et aux attentes en matière de communication positive et constructive à l'intérieur de l'équipe

2) Mettre en œuvre un processus de synergie d'équipe efficace
   a) Apprécier la photo en couleur de l'équipe en couleur au regard des convergences, des synergies, des complémentarités et des oppositions existantes
   b) Construire un plan de progrès dans le processus de synergie sur les 6 aspects suivants : la confiance, l'implication, l'engagement, la réalisation, la responsabilité, la reconnaissance

3) S'affirmer comme leader
   a) Intégrer ce que signifie être leader de l'équipe
   b) Choisir de devenir un leader incontesté

4) Etre leader dans toutes les situations de management les plus fréquentes
   a) Décider sans passer pour un autocrate
   b) Déléguer en faisant confiance et contrôler sans se montrer trop technocrate
   c) Emettre des critiques constructives sans faire preuve d'agressivité
   d) Accepter les remarques et féliciter sans manipuler
   e) Sanctionner en redonnant l'envie de jouer et corriger positivement
   f) Recevoir des critiques et dire non à des demandes infondées sans se montrer laxiste ...



M 208 : Boostez l'équipe et motivez vos collaborateurs directs

Objectifs :

a) Définir ce qu'est la motivation et ce qu'elle n'est pas
b) Connaître la loi de la motivation
c) Identifier ses propres sources de satisfaction et ses frustrations
d) Bâtir son plan d'actions pour mieux se (re)motiver ou agir sur son collectif en général et sur chacun de ses collaborateurs en particulier

Contenu pédagogique :

1) Définir ce qu'est la motivation et ce qu'elle n'est pas
   a) Comprendre l'incidence du jeu (le résultat) et de l'esprit du jeu sur la motivation
   b) Comprendre l'incidence du plaisir et du stress sur la motivation

2) Connaitre la loi de la motivation
   a) La loi de la motivation : M = V x I x E
   b) E : L'Equilibre entre contribution et rétribution
   c) I : L'Instrumentalité c'est-à-dire la satisfaction ou non satisfaction des besoins
   d) V : La Valeur c'est-à-dire le degré d'importance attribué à chaque facteur

3) Identifier ses propres sources de satisfactions et ses frustrations
   a) En matière de performance et de résultat
   b) En matière d'environnement et de conditions de travail
   c) En matière de management et d'animation d''équipe

4) Bâtir son plan d'actions pour mieux se (re)motiver et/ou agir sur son collectif en général et sur chacun de ses collaborateurs en particulier
   a) Agir sur les 5 leviers de la motivation collective : motiver par le management, par l'état d'esprit entre cohésion d'équipe et prise en considération des « singuliers » entre X, Y et séniors, par la mobilité et l'employabilité, par la formation et par la rémunération
   b) Agir sur les sources de frustrations (facteurs aliénants) et sur les facteurs booster pour chacun
   c) Mettre en œuvre des petits riens qui changent tout en cas d'actes manqués



½ journée pour œuvrer à une meilleure synergie

avec son propre manager 

M 209 : Managez votre propre manager

Objectifs :

- Evaluer la relation d'interdépendance entre soi et son manager
- Apprécier la nature de sa relation professionnelle avec son propre hiérarchique
- Comprendre les attentes et besoins de son manager selon sa personnalité
- Adapter son comportement en fonction de la personnalité de son supérieur

Contenu pédagogique :

1) Evaluer la relation d'interdépendance entre soi et son manager
   a) Identifier l'importance de sa contribution à la réussite de son propre manager
   b) Prendre et occuper toute la place donnée en tenant compte de la finesse des frontières hiérarchiques
   c) Vivre cette relation en appréciant sa dissymétrie

2) Appréhender la nature de la relation professionnelle avec son propre hiérarchique
   a) Apprécier son environnement de travail sur les 4 aspects suivants : le circuit d'information, le processus de décision, le système de valeurs et le système de récompense
   b) Mettre en évidence les atouts de son hiérarchique sur ces différents aspects
   c) Repérer ses failles en particulier en appréciant sa capacité de distanciation

3) Comprendre les attentes et besoins de son manager selon sa personnalité
   a) Identifier son profil psychologique, son style de management et son mode de communication
   b) Jouer le jeu de la vérité en mettant en évidence son « portrait-robot » sur 15 items
   c) Cerner ses besoins et attentes dans la relation

4) Adapter son comportement en fonction de la personnalité de son manager
   a) Evaluer la qualité de la relation avec son manager en 15 questions
   b) Faire le point sur soi-même
   c) Bâtir une stratégie selon la situation rencontrée : synergie, complémentarité, opposition
   d) Œuvrer sur ce qui affecte la relation



½ journée pour limiter le désengagement dans son équipe 

M 210 : Gagnez la « bataille de l'engagement »

Objectifs :

- Identifier les avantages de l'engagement et les risques liés au « désengagement »
- Repérer les causes, les conséquences et le « coût » du désengagement observé dans votre service/votre organisation
- Faire un autodiagnostic de son propre engagement
- Imaginer les plans d'actions concrets à mettre en œuvre pour recréer une dynamique d'engagement au sein de son équipe

Contenu pédagogique :

1) Identifier les avantages et les risques liés au désengagement
   a) Les avantages de l'engagement pour l'organisation, pour son équipe et pour soi
   b) Les risques liés au désengagement pour l'organisation, pour son équipe et pour soi

2) Repérer les causes, les conséquences et le « coût » du désengagement observé dans votre service/votre organisation
   a) Les causes du désengagement collectif et/ou individuel
   b) Les conséquences personnelles et humaines, symboliques et sociales du désengagement
   c) Le coût du désengagement en matière de performance et d'énergie consommée

3) Faire un autodiagnostic de son propre niveau d'engagement
   a) L'autodiagnostic du niveau de son engagement dans son travail
   b) Le plan d'actions concret à mettre en œuvre pour rester motivé soi-même maintenant et après et/ou surmonter les obstacles et les difficultés et se remotiver

4) Imaginer les plans d'actions concrets à mettre en œuvre pour créer une dynamique d'engagement au sein de son équipe
   a) Les facteurs sur lesquels agir pour favoriser l'engagement collectif et individuel
   b) Le plan d'actions à mettre en œuvre pour remobiliser tout ou partie de ses collaborateurs directs
      - Créer ou trouver des incitations en s'ouvrant aux valeurs d'autrui
      - Stimuler vos collaborateurs en pensant aux préférences des autres
      - Comprendre l'importance relative de l'argent
      - Changer d'état d'esprit et pratiquer des exercices de motivation



M 211 : Identifiez vos actes manqués et démasquez les actes de sabotage des démotiv'acteurs puissants

Objectifs :

- Eviter les actes manqués, les 10 erreurs qui font de soi un « démotivateur » puissant sans même le vouloir
- Démasquer les sabotages ou actes volontaires des grands démotiv'acteurs qu'il convient surtout de ne pas reproduire et d'éviter

Contenu pédagogique :

1) Eviter les actes manqués, les 10 erreurs qui font de soi un « démotivateur » puissant sans même le vouloir
   a) Ne pas bien apprécier l'interdépendance des deux dimensions du management (le management stratégique et le management opérationnel)
   b) Reporter sur les autres en particulier sur sa hiérarchie ou sur ses collaborateurs ses propres manquements
   c) Réfuter toute idée de délégation, en particulier pour garder une partie de son « pouvoir »
   d) Oublier l'importance de l'objectif et de sa-codétermination avec ses collaborateurs
   e) Ne pas calibrer sa communication par exemple en ne communiquant pas toutes les informations utiles ou nécessaires ou en jouant dans un registre de trop grande transparence
   f) Résister aux pressions visant à gagner en « qualité » et/ou faire de la sur-qualité (méthode six sigma)
   g) Choisir la solution de facilité en créant des murs que ce soit entre ses collaborateurs et soi ou entre son équipe et les autres équipes
   h) Etre peu disponible collectivement et/ou manquer de temps pour l'autre pour tous et rater ces petits riens au quotidien qui changent tout au final
   i) Ne pas chercher à apprendre soi-même et oublier de faire de son équipe une équipe « apprenante »
   j) Etre un releveur de fautes plus qu'un développeur de reconnaissances (ne pas utiliser à bon escient les 10 moyens pour exprimer sa reconnaissance)
   k) Oublier de commencer par s'évaluer lui-même si la performance n'est pas au rendez-vous
2) Démasquer les sabotages ou actes volontaires des grands démotiv'acteurs qu'il convient surtout de ne pas reproduire et d'éviter
   a) L'art de saborder un recrutement
   b) L'art de casser l'enthousiasme d'un nouvel entrant en phase d'intégration
   c) L'art de surfer sur le coaching et la formation
   d) L'art de « gérer » les carrières à son seul profit et d'assurer ses arrières
   e) L'art d'instrumentaliser un collectif pour miner la cohésion
   f) L'art d'assurer ses arrières et prendre les devants



M 212 : 20 trucs et astuces pour motiver autrement que par la rémunération en période de crise

Objectifs :

- Revoir sa vision de la rémunération comme pilier de la motivation
- Récompenser en étant toujours juste et équitable
- Avoir les comportements attendus par ses collaborateurs s'il faut soutenir la motivation sans pouvoir jouer sur les salaires

Contenu pédagogique :

1) Revoir sa vision de la rémunération comme pilier de la motivation
   a) Faire le lien entre contribution et rétribution comme pilier de l'engagement
   b) Accepter le principe de l'équilibre entre rétribution et contribution pour se dire motivé
   c) Considérer (ou pas) la rémunération comme le seul facteur de rétribution de façon à imaginer un système de rétribution performant
   d) Sortir du cadre dans la mesure où ce n'est pas la réalité qui compte mais bien la perception que l'on en a

2) Récompenser en étant toujours juste et équitable
   a) Faut-il donner la même récompense pour tous ou récompenser au mérite ?
   b) S'il faut récompenser au mérite ? Comment ?
   c) S'il faut récompenser au mérite, que faut-il récompenser ? : Une performance exceptionnelle ? La constance et la ténacité ? Un mix entre résultats et efforts en tenant compte du point de départ de chacun ?

3) Avoir les comportements attendus par ses collaborateurs s'il faut soutenir la motivation sans pouvoir jouer sur les salaires
   a) Se connaître et s'accepter mais développer une éthique
   b) Vivre l'importance de motiver comme un défi en appréciant le besoin d'estime de soi et de reconnaissance par les autres à sa juste valeur
   c) Prendre conscience que ce besoin se traduit par des attentes collectives et/ou individuelles
   d) Intégrer le fait que tout signe de reconnaissance renforce le comportement pour lequel il est donné (côté Pavlovien de l'Homme face à l'estime)
   e) User à la fois de la carotte et du bâton et se montrer congruent
   f) Savoir donner des signes de reconnaissance positifs de façon à soutenir la motivation
   g) Opter pour des marques d'estime directes plus que des marques d'estime indirectes en utilisant tous les moyens permettant d'exprimer une vraie reconnaissance
   h) Appliquer quelques conseils pratiques de façon à privilégier les marques d'estime conditionnelles (ce que l'individu fait) aux marques d'estimes inconditionnelles (ce que l'individu est)
   i) Prendre conscience qu'un signe de reconnaissance répété perd de sa force
   j) Eviter les marques d'estime inconditionnelles négatives qui ont un effet dévastateur



MANAGER

Comment jouer le bon rôle lors des trois temps forts du management ?

Formations :

M 301 : Réussissez vos entretiens annuels d'appréciation (de progrès) (niveau débutant)

M 302 : Rendez vos entretiens annuels encore plus factuels et plus pertinents (niveau managers expérimentés)

M 303 : Soyez force de propositions et porteur des projets de vos collaborateurs lors des entretiens de pilotage

M 304 : Recadrez avec à-propos un collaborateur en situation de hors-jeu

M 305 : Soyez plus proactif sur le maintien de l'employabilité et les perspectives d'évolutions lors des entretiens professionnels

M 306 : Rendez vos réunions plus efficaces et plus productives

M 307 : Rendez vos accompagnements et votre coaching plus opportuns et plus proactifs

M 308 : Adoptez les bonnes postures dans l'animation d'équipe

Ateliers :

M 309 : Evaluez, recadrez ou félicitez en 3 D



1 jour pour maîtriser la démarche d'évaluation 

M 301 : Réussissez vos entretiens annuels d'appréciation (ou de progrès) (niveau managers débutants)

Objectifs :

- Situer la démarche, les objectifs et les enjeux de l'évaluation et de l'EAE
- Préparer avec soin l'entretien annuel d'évaluation
- Conduire l'entretien de façon à le rendre plus factuel et plus pertinent

Contenu pédagogique :

1) Situer la démarche, les objectifs et les enjeux de l'évaluation et de l'EAE
   a) Connaître les fondamentaux réglementaires : entretiens annuels et entretiens professionnels
   b) Appréhender l'entretien annuel comme un acte fort de management et un moment clé de la relation
   c) Identifier les objectifs visés à travers la mise en œuvre de l'entretien
   d) Comprendre les réticences psychologiques à l'évaluation que ce soit chez l'évalué ou l'évaluateur
   e) Comprendre l'impact de l'entretien sur la motivation du collaborateur

2) Préparer avec soin l'entretien annuel d'appréciation
   a) Comment justifier un entretien de progrès ?
   b) Quand faut- il le faire ? Combien de temps faut-il prévoir ?
   c) Comment être dans le bon rôle physiquement et psychiquement ?
   d) Que faut-il préparer pratiquement ?
   e) Que faut-il faire préparer à son collaborateur ? – comment transmettre l'invitation à le faire ?
   f) Quels outils et supports faut-il utiliser ? - Et comment les utiliser à bon escient ? (un document explicatif du mode d'emploi et un guide d'entretien pour le manager / pour le collaborateur)
   g) Que doit-on trouver dans de tels supports ?
   h) A quel moment les remettre ?
   i) Que faire en cas de refus ou de blocage ?
   j) Où faire l'entretien annuel de progrès ?

3) Conduire l'entretien d'évaluation de façon à le rendre plus factuel et pertinent
   a) Connaître et respecter les étapes de l'entretien
   b) Réussir sa prise de contact : l'art et la manière de mettre à l'aise – par quoi commencer – que dire et faire
   c) Etablir le diagnostic et le bilan de l'année écoulée : pourquoi écouter ce que l'on sait déjà – que faut-il noter et comment transcrire exactement ce sur quoi les 2 acteurs tombent d'accord
   d) Evaluer la performance en s'appuyant sur la définition de poste avec les standards de performance prédéfinis en commun en amont : est-ce bien nécessaire -à qui transmettre et quoi transmettre
   e) Négocier les objectifs et fixer conjointement les moyens à mettre en œuvre pour passer des idées au plan d'actions : qui remplit l'imprimé comment et quand
   f) Proposer et assumer des modalités de contrôles périodiques et un suivi adapté
   g) Se projeter sur le futur et enregistrer les souhaits du collaborateur : quoi noter où et quand ?
   h) Conclure positivement l'entretien
   i) Connaître et utiliser les techniques de communication pour mieux communiquer vers et avec l'autre : techniques d'investigation (écoute – questionnement – observation), de mémorisation (prise de notes et reformulation) et d'empathie (acceptation de la contradiction –traitement des objections)



M 302 : Rendez vos entretiens annuels encore plus factuels et plus pertinents (niveau managers expérimentés)

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux de l'évaluation
- Faire de l'entretien d'évaluation un moment fort de la relation
- Faire de l'entretien d'évaluation un acte fort de management

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et enjeux de l'évaluation
   a) Prendre la mesure de l'exercice
   b) Appréhender les dérives observées chez les autres pour ne pas les reproduire soi-même
   c) Lever ses dernières réticences et ses blocages sur l'évaluation, compte tenu de sa propre expérience comme évaluateur et/ou d'évalué
   d) Comprendre les réticences et les blocages chez ses collaborateurs directs pour interagir dessus lors de la préparation ou de la mise en œuvre d'un prochain EAE
2) Faire de l'entretien un moment fort de la relation avec son collaborateur
   a) Favoriser la mise en œuvre d'un échange constructif en optimisant et en maîtrisant les conditions d'exercice
   b) Etre dans une dynamique positive face à son collaborateur en étant physiquement et psychiquement prêt à communiquer vers et avec l'autre et ce, dans un contexte de double influence entre un supérieur et son subordonné
   c) Trouver les mots justes pour faire passer son message en abordant l'ensemble des points positifs comme négatifs
   d) Faire preuve d'écoute active et d'empathie pour accepter la confrontation ou les critiques constructives
   e) Bâtir une relation pérenne en s'impliquant dans l'échange et en donnant à l'autre tout le temps nécessaire et utile pour dialoguer, négocier et parvenir au consensus
   f) Désamorcer et traiter les situations de blocage en cherchant l'erreur, en mettant le doigt dessus de façon à sortir du triangle dramatique (persécuteur-sauveur-victime)
   g) Gérer une personnalité difficile dans la relation : un agressif, un passif, un bavard, un rebelle...
3) Faire de l'entretien d'évaluation un acte fort de management
   a) Améliorer son propre système d'évaluation en clarifiant sa démarche et en ciblant ce que l'on souhaite véritablement évaluer de façon à déterminer ses propres critères quitte à élargir ou rétrécir le spectre de la mesure
   b) Faire de l'EAE un acte solennel en l'inscrivant dans son agenda, en donnant l'envie à l'autre de bien le préparer en le préparant consciencieusement soi-même pour chacun ses collaborateurs directs, en exerçant le suivi attendu
   c) Lui donner tout son sens en abordant distinctement les différentes étapes et en formalisant les accords et les engagements mutuels sur l'ensemble des points abordés
   d) Eviter les dérives qui amènent à des erreurs de jugements et transforment l'EAE en un acte manqué



M 303 : Soyez force de propositions et porteur des projets de vos collaborateurs lors des entretiens de pilotage

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux du pilotage de chacun de ses collaborateurs
- Faire de l'entretien de pilotage un moment privilégié de la relation avec son collaborateur
- Faire de l'entretien de pilotage un acte fort de management

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et comprendre les enjeux du pilotage de chacun de ses collaborateurs
   a) Prendre la mesure de l'exercice
   b) Appréhender les dérives observées chez les autres pour ne pas les reproduire soi-même
   c) Lever ses dernières réticences et ses blocages sur cet exercice, compte tenu de sa propre expérience comme manager et/ou comme managé
   d) Comprendre les réticences et les blocages chez ses collaborateurs directs pour interagir dessus lors de la préparation ou de la mise en œuvre d'un futur entretien de pilotage
2) Faire de l'entretien de pilotage un moment privilégié de la relation avec son collaborateur
   a) Favoriser la mise en œuvre d'un échange constructif en optimisant et en maîtrisant les conditions d'exercice
   b) Etre dans une dynamique positive face à son collaborateur en étant physiquement et psychiquement prêt à communiquer vers et avec l'autre et ce, dans un contexte de double influence entre un supérieur et son subordonné
   c) Trouver les mots justes pour faire passer son message et exiger du factuel lorsqu'il s'agit d'apprécier le bilan de la séquence écoulée et de se projeter sur la séquence à venir
   d) Faire preuve d'écoute active et d'empathie pour écouter ce que l'on sait peut-être déjà, noter les points clés, partager les difficultés rencontrées et/ou fêter les réussites
   e) Bâtir une relation pérenne en s'impliquant dans l'échange et en donnant à l'autre le temps nécessaire pour dialoguer
   f) Désamorcer et traiter les situations de blocage en cherchant l'erreur, en mettant le doigt dessus de façon à sortir du triangle dramatique (persécuteur-sauveur-victime)
   g) Gérer une personnalité difficile dans la relation : un agressif, un passif, un bavard, un rebelle...
3) Faire de l'entretien de pilotage un acte fort de management
   a) Choisir et mettre en œuvre le bon système de pilotage
   b) Faire véritablement de l'entretien de pilotage un acte solennel en l'inscrivant dans son agenda, en donnant l'envie à l'autre de bien le préparer en le préparant consciencieusement soi-même pour chacun ses collaborateurs, en séparant clairement les 4 étapes : accueil – diagnostic / bilan, présentation / validation du plan d'action - conclusion et en exerçant le suivi attendu
   c) Lui donner tout son sens en évaluant de façon juste la performance obtenue en s'appuyant sur des standards de performance prédéfinis conjointement en amont, en évaluant des compétences derrière les performances, en s'accordant sur le plan d'actions à venir quitte à renégocier les objectifs, en fixant conjointement les moyens à mettre en œuvre, en formalisant les accords et les engagements mutuels
   d) Eviter les dérives qui amènent à des erreurs de jugements et transforment l'entretien de pilotage en un acte manqué



M 304 : Recadrez avec à-propos un collaborateur en situation de hors-jeu

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux du cadrage
- Faire d'un entretien de cadrage un moment à part de la relation avec son collaborateur
- Faire de ses entretiens de cadrage un acte fort de management

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et comprendre les enjeux du pilotage de chacun de ses collaborateurs
   a) Prendre la mesure de l'exercice
   b) Appréhender les dérives observées chez les autres pour ne pas les reproduire soi-même
   c) Lever ses dernières réticences et ses blocages sur cet exercice, compte tenu de sa propre expérience comme manager et/ou comme managé
   d) Comprendre les réticences et les blocages chez ses collaborateurs directs pour interagir dessus lors de la préparation ou de la mise en œuvre d'un futur entretien de cadrage
2) Faire de l'entretien de cadrage un moment à part de la relation avec son collaborateur
   a) Favoriser la mise en œuvre d'un échange constructif en veillant aux conditions d'exercice
   b) Se mettre en condition physiquement et psychiquement pour aborder sereinement cet exercice tout en incitant l'autre à se mettre lui-même en condition pour communiquer
   c) Trouver les mots justes pour faire passer son message
   d) Faire preuve d'écoute active et d'empathie pour écouter ce que l'on sait peut-être déjà, noter les points clés et partager les difficultés rencontrées
   e) Bâtir une relation pérenne en s'impliquant dans l'échange et en donnant à l'autre le temps nécessaire pour faire partager son point de vue
   f) Désamorcer et traiter les situations de blocage en cherchant l'erreur, en mettant le doigt dessus de façon à sortir du triangle dramatique (persécuteur-sauveur-victime)
   g) Gérer une personnalité difficile dans la relation : un agressif, un passif, un bavard, un rebelle...
3) Faire de l'entretien de pilotage un acte fort de management
   a) Valider les règles du jeu existantes en matière de cadrage dans son organisation
   b) Adapter et mettre en œuvre le bon système de cadrage en respectant les modalités définies
   c) S'inscrire dans une dynamique différente selon qu'il s'agisse d'effectuer :
      - un entretien de recadrage (1er niveau),
      - un entretien de réprimande (2ème niveau),
      - un entretien de rupture (3ème niveau)
   d) Faire véritablement de tout entretien de cadrage un acte solennel en séparant clairement les 4 étapes : accueil - diagnostic/bilan - présentation/validation du plan d'actions - conclusion
   e) Lui donner tout son sens de façon à décrire précisément la situation de hors-jeu à partir de standards de performance ou des comportements validés conjointement en amont, exprimer les sentiments que renvoie la situation, solliciter l'autre sur les solutions envisageables, formaliser les accords et engagements mutuels sur les moyens à mettre en œuvre pour qu'une telle situation ne se reproduise plus et en proposant et sur les modalités de contrôle qui seront exercés, conclure positivement en vue de remettre dans le jeu
   f) Eviter les dérives qui amènent à des erreurs de jugements et transforment l'entretien de cadrage en un acte manqué



M 305 : Soyez plus proactif sur le maintien de l'employabilité et sur les perspectives d'évolution dans le cadre du nouvel entretien professionnel

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce nouvel entretien
- Faire de l'entretien de professionnalisation un moment privilégié de la relation
- Faire de l'entretien de professionnalisation un acte fort de management

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce nouvel entretien
   a) Prendre la mesure de ce nouvel exercice de façon à l'inscrire en complémentarité des autres entretiens de pilotage
   b) Appréhender les objectifs visés de façon à lever les freins ou blocages vis-à-vis de cet entretien
2) Faire de l'entretien de professionnalisation un moment privilégié de la relation
   a) Favoriser la mise en œuvre d'un échange constructif en veillant aux conditions d'exercice
   b) Etre dans une dynamique positive face à son collaborateur en étant physiquement et psychiquement prêt à communiquer vers et avec l'autre et ce, dans un contexte de double influence entre un supérieur et son subordonné tout en incitant l'autre à se mettre à l'aise et en condition pour communiquer
   c) Trouver les mots justes pour faire passer son message
   d) Faire preuve d'écoute active et d'empathie pour écouter ce que l'on sait peut-être déjà, noter les points clés et partager les difficultés rencontrées et fêter les réussites
   e) Bâtir une relation pérenne en s'impliquant dans l'échange et en donnant à l'autre le temps nécessaire pour faire partager son point de vue, négocier et parvenir au consensus
   f) Désamorcer et traiter les situations de blocage en cherchant l'erreur, en mettant le doigt dessus de façon à sortir du triangle dramatique (persécuteur-sauveur-victime)
   g) Gérer une personnalité difficile dans la relation : un agressif, un passif, un bavard, un rebelle...
3) Faire de l'entretien de pilotage un acte fort de management
   a) Valider les règles du jeu existantes en matière de conduite des entretiens professionnels dans son organisation et d'appréciation du maintien de l'employabilité sur les 3 critères définis
   b) Respecter les modalités définies par l'entreprise en l'inscrivant dans son agenda, en formalisant l'utilisation des outils, en s'assurant de la véracité du parcours professionnel en incitant le collaborateur à bien le préparer
   c) Faire véritablement de tout entretien de cadrage un acte solennel en séparant clairement les 4 étapes : accueil - diagnostic/bilan - présentation/validation du plan d'actions - conclusion
   d) Lui donner tout son sens de façon à décrire la situation actuelle et celle envisagée , en cherchant à le rendre plus projectif et valorisant pour le collaborateur, en étant force de propositions et porteur de projets vis-à-vis du collaborateur en vue du maintien sur son poste ou dans la perspective d'une évolution, en prenant en compte ses propres suggestions
   e) Eviter les dérives qui transforment l'entretien professionnel en un acte manqué



M 306 : Rendez vos réunions plus efficaces et plus productives

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce moment clé d'un collectif
- Préparer et organiser sa réunion pour mettre tous les atouts de son côté
- Animer des réunions de manière plus efficace et plus productive

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce moment clé d'un collectif
   a) Prendre la mesure de cet exercice
   b) Appréhender les objectifs visés de façon à lever les freins ou blocages vis-à-vis de ce temps fort du management
2) Préparer et organiser sa réunion pour mettre tous les atouts de son côté
   a) Clarifier le besoin : résoudre un problème, faire le point, informer le groupe ou faire remonter de l'information, produire pour adapter le fond et la forme
   b) Mettre en évidence l'objectif visé : établir une proximité, stimuler, alerter, fédérer ...
   c) S'assurer de son utilité
   d) Définir et choisir avec soin la liste des participants
   e) Veiller à l'intendance et aux conditions d'exercice
      - Prendre garde aux aspects pratiques, matériels et la "logistique" de façon à optimiser le cadre selon l'objectif visé,
      - Se munir des bons outils et adapter ses supports au format de la réunion, préparer (ou faire préparer) l'ensemble des documents utiles et nécessaires, veiller à l'envoi de l'invitation aux participants en amont de la réunion
   f) Soigner les aspects « animation » :
      - Préparer la trame de la réunion en déterminant les points à traiter et l'ordre pour les traiter
      - Définir la pédagogie adaptée à l'objectif
      - Opter pour la méthode d'animation et le mode de communication les plus appropriés
3) Animer la réunion de manière plus efficace et plus productive
   a) Adopter les bons réflexes pour respecter la méthodologie de conduite d'une réunion pour :
      - Lancer la réunion et susciter l'attention des participants dès les premiers instants,
      - Maîtriser le déroulement : se montrer convaincant, utiliser la bonne technique d'animation pour susciter la participation, éviter les apartés, obtenir le silence en assumant une certaine dose de directivité si nécessaire,
      - Clore la réunion en fixant les modalités suivantes et en remerciant les participants
      - Mettre en place les engagements pris et exercer le suivi attendu
   b) Adopter les bonnes pratiques sur les 3 rôles de l'animateur d'une réunion
      - Réguler les phénomènes de sympathie ou d'antipathie, les jeux de pouvoir et d'influence, de statut des membres du groupe, des rôles tenus par chacun
      - Organiser et faciliter les échanges c'est-à-dire faire en sorte que chacun puisse exprimer ses idées et écouter celle des autres.
      - Produire et garantir la réalisation attendue, stimuler la créativité...
   c) Tirer le meilleur parti des participants
      - Créer et gérer la dynamique de groupe, se trouver des alliés ou des relais si nécessaire, empêcher la création de clans, désamorcer les règlements de compte entre les participants
      - Gérer les personnalités difficiles en réunion et devenir ainsi un facilitateur relationnel
   d) Faire face aux imprévus et se montrer inventif dans des situations inédites



M 307 : Rendez vos accompagnements et votre coaching plus opportuns et plus proactifs

Objectifs :

- Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce moment clé de l'animation de son collectif par coaching
- Adopter les postures du coach
- Rendre plus opportunes et plus pertinentes la préparation et la conduite de ses accompagnements
- Réussir ses débriefings et mettre en œuvre un plan de progrès

Contenu pédagogique :

1) Valider les objectifs et comprendre les enjeux de ce moment clé de l'animation de son collectif par coaching
   a) Prendre la mesure de cet exercice : le contexte, les considérations
   b) Appréhender les objectifs visés de façon à lever les freins ou blocages vis-à-vis de ce temps fort de l'animation de son collectif à travers le coaching
   c) Intégrer les spécificités de chacun des accompagnements possibles : l'accompagnement observation, l'accompagnement formation, l'accompagnement appui

2) Adopter les postures du coach
   a) Montrer une forte personnalité : des convictions, de la passion, l'envie de gagner, une confiance en soi et dans les autres
   b) Avoir une obsession : la volonté de (faire) progresser en quittant la posture du formateur ou du tuteur pour adopter celle de coach
   c) Avoir une culture du dépassement de soi dans laquelle le mental fait la différence
   d) Etre un tacticien hors pair

3) Rendre plus opportunes et plus pertinentes la préparation et la conduite de ses accompagnements
   a) Veiller à la préparation et à la mise en œuvre d'un accompagnement de façon à le rendre plus projectif et valorisant pour le collaborateur et lever les refus et blocages des accompagnés selon le modèle GROW
   b) Veiller à la pertinence de l'action d'accompagnement en particulier en gérant les imprévus

4) Réussir ses débriefings et mettre en œuvre un plan de progrès
   a) Optimiser ses entretiens de débriefing de façon à ce qu'ils soient effectués au bon moment et dans de bonnes conditions
   b) Rendre ses feedback factuels et motivants à travers l'identification des acquis ou des axes de progrès tout en étant respectueux de la personne (modèle TRUE)
   c) Bâtir avec ses collaborateurs des plans de progrès et suivre la progression de chacun



1 jour pour éviter les actes manqués et être dans le bon rôle

pour animer son collectif et chacun de ses collaborateurs 

M 308 : Adoptez les bonnes postures dans l'animation d'équipe

Objectifs :

- Comprendre l'impact des couleurs sur les besoins et attentes de chacun dans la relation manager - managé
- Prendre en considération les couleurs dans la préparation et la conduite de réunion et ne pas les transformer en corvées
- Développer tous les talents dans ses entretiens individuels
- Etre dans le bon rôle en coaching dans chaque accompagnement

Contenu pédagogique :

1) Comprendre l'impact des couleurs sur les besoins et attentes de chacun dans la relation manager - managé
   a) Prendre en considération les attentes et besoins spécifiques d'un collaborateur vis-à-vis de son manager selon sa couleur dominante
   b) Tenir son rôle en s'adaptant aux autres plus qu'en escomptant que eux s'adapte à soi

2) Prendre en considération les couleurs dans la préparation et la conduite de réunion en ne pas les transformer en corvées
   a) Prendre conscience des comportements prévisible des autres en matière de préparation et de conduite de réunion selon leurs couleurs dominantes
   b) Intégrer leur profil pour en faire des alliés lors de son animation
   c) Opter pour une distribution des rôles qui valorisent les intéressés et les mobilisent
   d) Impulser une vraie dynamique de groupe en fonction des profils des participants

3) Développer tous les talents dans ses entretiens individuels
   a) Réussir ses entretiens de recrutement et de délégation en encourageant la moindre velléité de progression
   b) Favoriser l'échange et le dialogue dans ses entretiens d'appréciation plutôt que n'annihiler toute volonté d'explication
   c) Construire une relation pérenne dans ses entretiens de pilotage en fixant des objectifs SMART et non pas « BETON »
   d) Chercher à inspirer le respect et non le mépris lors de ses entretiens de cadrage

4) Etre dans le bon rôle dans ses coachings sur chaque accompagnement terrain de ses collaborateurs
   a) Etre dans le bon rôle dans ses coachings en évitant de coacher pour se défouler, de ne chercher à travers ses accompagnements qu'à atteindre ses propres objectifs
   b) Profiter d'un accompagnement appui pour jouer de la complémentarité, d'un accompagnement observation pour donner toute la marge d'autonomie acceptée, d'un accompagnement formation pour faire monter en expertise métier et/ou environnement son collaborateur
   c) Etre là où ses collaborateurs l'attendent et ne pas être à « contre rôle » à s'écouter parler lors d'accompagnement observation, prendre le pouvoir lors d'accompagnement appui, se mettre en retrait lors d'accompagnement formation





M 309 : Evaluer, recadrez ou félicitez en 3 Dimensions

<u>Option 1 :</u>

3 Dimensions =

Dimension 1 : le manager

Dimension 2 : le collaborateur

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

- Faire jouer chaque manager dans son rôle
- Mettre un vrai-faux collaborateur en situation de face à face
- Faire vivre à chacun plusieurs jeux de rôles sur les différentes situations d'évaluation, de cadrage (sur les 3 niveaux) et/ou de félicitation, tant sur des aspects comportementaux que sur la performance obtenue
- Faire prendre conscience à chacun des écarts entre méthode et restitution dans l'entretien des différents moments clés de l'entretien de sélection (phase d'accueil - phase de développement - phase de validation - phase de conclusion)
- Etablir avec chacun d'eux un plan de progrès en fonction des acquis et faiblesses identifiées à travers :
  - Les remarques formulées sur la base de l'appréciation des grilles d'analyses remplies par les observateurs
  - Les commentaires à chaud des candidats en situation de recrutés et/ou de délégataires

Option :

Cette démarche peut être effectuée à travers une approche comportementale spécifique : le langage des couleurs



M 309 : Ayez les bonnes postures dans la sanction pour recadrer comme pour féliciter

Option 2 :

Objectifs :

- Appréhender la sanction par les 2 bouts
- Mener les entretiens de recadrage en restant respectueux de la personne mais en sanctionnant les faits
- Mener un entretien de félicitations pour favoriser la compréhension de tous sur l'objet de la valorisation

Contenu pédagogique :

1) Appréhender la sanction par les 2 bouts

   a) Fédérer à soi son collaborateur par une valorisation juste et équitable de la performance et des efforts fournis
   b) Fédérer à soi son collaborateur par une sanction légitime tout manquement aux règles du jeu par un comportement inapproprié et la moindre non- performance
   c) Intégrer les 8 objectifs généraux à tenir dans la sanction

2) Mener un entretien de recadrage tout en restant respectueux de la personne mais en sanctionnant des faits :

   a) Réussir un premier entretien de recadrage dans lequel il convient de mettre en évidence la non - performance ou les comportements déviants tout en étant respectueux et constructif vis-à-vis de la personne
   b) Réussir l'entretien de réprimande (entretien de reprise d'autorité) pour un collaborateur qui ne progresse pas malgré l'avertissement porté lors du 1er entretien
   c) Réussir l'entretien de rupture pour un collaborateur qui ne veut pas se remettre en cause

3) Mener un entretien de félicitation pour favoriser la compréhension de tous sur l'objet de la valorisation (validation des acquis à travers des mises en situation) :

   a) Réussir un entretien de félicitation sans créer de frustrations chez celui que l'on félicite ni de doutes dans l'équipe
   b) Réussir un entretien de reconnaissance positive lors d'un départ d'un collaborateur



MANAGER

Comment fédérer son équipe au quotidien ?

Formations :

M 401 : **Construisez et faites appliquer les règles du jeu de votre équipe**

M 402 : **Conduisez et faites adhérer aux changements nécessaires pour l'organisation**

M 403 : **Conduisez et gérez un projet**

Ateliers :

M 404 : **Vivez et faites partager les valeurs de votre entreprise**

M 405 : **Dynamisez l'équipe par un projet commun**

M 406 : **Managers commerciaux : Réussissez le déploiement opérationnel du projet mobilité**

M 407 : **Managers commerciaux : Fédérez et faites grandir vos collaborateurs en mode nomade**

M 408 : **Appliquez l'art de la guerre initié par Sun Tzu dans votre management**



M 401 : Construisez et faites appliquer les règles du jeu de votre équipe

Objectifs :

- Comprendre l'importance d'un cadre et d'une éthique au sein des organisations
- Faire en sorte que le jeu soit agréable pour tous
- De jouer dans les règles

Contenu pédagogique :

1) Comprendre l'importance d'un cadre et d'une éthique au sein des organisations
   a) Appréhender l'intérêt de fixer un cadre et des règles du jeu
   b) Identifier les 6 conditions à respecter pour entretenir l'esprit du jeu

2) Faire en sorte que le jeu soit agréable pour tous
   a) Construire, mettre en œuvre et respecter soi-même les règles incontournables
   b) Construire, mettre en œuvre et respecter soi-même quelques règles complémentaires
   c) Etre dans le bon rôle en matière d'ETHIC
   d) Prendre conscience des enjeux et risques encourus par un manager vis-à-vis de son exemplarité

3) Donner l'envie à tous de jouer dans les règles
   a) Faire preuve de pédagogie et d'empathie
   b) Vérifier l'adhésion
   c) Sanctionner systématiquement mais à bon escient les hors-jeu
   d) Savoir les remettre en cause et les faire évoluer

4) Favoriser la prise d'initiative et l'envie de jouer
   a) Faire la différence entre une erreur et une faute
   b) Donner le droit à l'erreur
   c) Traiter les erreurs en les considérant comme un occasion de se perfectionner
   d) Reconnaître ses propres erreurs pour inciter les autres à reconnaître les leurs
   e) Sanctionner les fautes et jamais les erreurs pour ne pas casser l'esprit d'initiatives

5) Sanctionner de façon juste et équitable les fautes
   a) Intervenir au plus près de la situation
   b) Utiliser l'ensemble de la panoplie des recours raisonnables et réfléchis
   c) Être ferme en cas de volonté d'aller à la confrontation ou de mauvaise foi
   d) Accompagner la remise dans le jeu dans toutes les situations où cela reste possible



2 jours pour conduire le changement 

M 402 : Conduisez et faites adhérer aux changements nécessaires pour l'organisation

Objectifs :

- Définir les caractéristiques d'une situation de changement
- Comprendre les enjeux et les objectifs d'une situation de changement
- Cerner les étapes clés de la conduite du changement
- Rendre sa conduite du changement plus efficace et plus productive par une communication adaptée à chaque étape

Contenu pédagogique :

1) Définir les caractéristiques d'une situation de changement
   a) Connaître le processus de changement : la courbe et les 4 phases dans l'implication dans un changement : phase 1 : découverte, phase 2 : doute, remise en cause, déstabilisation et interrogation voire blocage, phase 3 : appropriation, phase 4 : action
   b) Se positionner soi-même dans le processus de changement
   c) Agir différemment selon que le changement soit imposé ou voulu
2) Comprendre les enjeux et les réticences en situation de changement
   a) Comprendre les enjeux et pourquoi changer
   b) Comment changer ou passer de la gestion de la certitude au management de l'incertitude
3) Cerner les étapes clés de la conduite du changement
   a) Le diagnostic (ou la réponse au pourquoi du changement) et l'état des lieux (ou les éléments utiles concernant les résultats actuels, l'environnement, les facteurs clés du changement notamment le quoi, et les hypothèses sur le qui à travers une approche sociologique, stratégique et culturelle des acteurs concernés)
   b) Le projet (ou passer d'un diagnostic à l'action en faisant la synthèse du diagnostic, mettant en évidence les résultats attendus et votre « vision » du changement bref des réponses au comment)
   c) La détermination du plan d'action (ou le choix du processus (c'est-à-dire les étapes) et le contenu (c'est-à-dire les actions) et la validation du plan d'action (cohérence par rapport au diagnostic, analyse stratégique des conséquences du changement avec l'apparition de nouvelles zones d'incertitudes, nouveaux pouvoirs ou nouvelles stratégies des acteurs concernés)
   d) La mise en œuvre du projet (ou l'optimisation des ressources et moyens mis en œuvre notamment la communication sur le projet, l'implication des différents acteurs, les moyens de contrôle et de suivi avec l'intégration des risques et facteurs d'échecs dans la conduite du changement, la mesure des écarts et la communication des résultats obtenus et des écarts constatés afin de maintenir le niveau de mobilisation)
4) Rendre sa conduite du changement plus efficace et plus productive par une communication adaptée à chaque étape
   a) La communication mobilisatrice pour expliquer la situation actuelle, donner du sens et partager la vision des changements à venir, construire une vision partagée des facteurs de réussite et lever les incrédulités
   b) La communication explicative pour jongler entre la nécessité de préserver l'essentiel et la volonté de stimuler le progrès (entre pertes et gains) en identifiant les acteurs proactifs et les résistances (des opposants) et les freins (des passifs)
   c) La communication sécurisante pour limiter les peurs lors de la mise en œuvre du processus
   d) La communication gratifiante pour donner des signes de reconnaissance positifs lors de la validation de l'action



M 403 : Conduisez et gérez un projet

Objectifs :

- Initier un projet
- Conduire un projet
- Communiquer sur le projet

Contenu pédagogique :

1) Initier un projet

    a) Définir le projet : clarifier les objectifs - exposer les enjeux et les risques - faire une étude préalable - identifier les acteurs et leurs rôles - construire les grandes étapes du projet - connaître les responsabilités du chef de projet - mettre en évidence les facteurs clés de réussite et d'échec d'un projet
    b) Exprimer les besoins : élaborer le cahier des charges - hiérarchiser les besoins en utilisant l'analyse de la valeur - estimer le coût du projet
    c) Organiser le projet : constituer l'équipe projet - définir le pilotage - lancer un appel d'offres - analyser les réponses

2) Conduire le projet

    a) Suivre la mise en place de l'action : construire un planning - affecter les ressources - suivre l'avancement des travaux à travers des méthodes et un outil de pilotage
    b) Conduire le projet : animer l'équipe projet - conduire le changement
    c) Conclure le projet : faire un bilan - mettre en œuvre un autodiagnostic de conduite du projet - solliciter l'avis des participants

3) Communiquer sur un projet et au sein de l'équipe projet

    a) La communication mobilisatrice pour expliquer la situation actuelle, donner du sens partager la vision des changements à venir, mettre en évidence les facteurs de réussite et lever les incrédulités
    b) La communication explicative pour jongler entre la nécessité de préserver l'essentiel et la volonté de stimuler le progrès (entre pertes et gains) en identifiant les acteurs proactifs dans l'équipe projet, les résistances (des opposants) et les freins (des passifs)
    c) La communication sécurisante pour limiter les peurs lors de la mise en œuvre du groupe projet, identifier et gérer à bon escient les oppositions et les conflits au sein de l'équipe projet
    d) La communication gratifiante pour donner des signes de reconnaissance positifs lors de la validation de l'action et pour permettre à l'extérieur d'en faire également part



M 404 : Vivez et faites partager les valeurs de votre entreprise

Objectifs :

- Développer le potentiel de chacun quel que soit son rôle vis-à-vis des ambitions, des projets, des règles du jeu de l'entreprise ou de son service, en matière de :
  - ✓ Créativité
  - ✓ Communication
  - ✓ Production
- Mobiliser chacun à la conception de créations
- Fédérer l'équipe lors d'une représentation générale mettant en scène les valeurs de l'entreprise

Contenu pédagogique :

1) Développer le potentiel de chacun

   a) Exercice du « miroir » pour la fluidité et la flexibilité
   b) Exercice des « statues » pour la créativité en équipe
   c) Exercice de la marche dans l'espace pour la prise en compte de l'environnement
   d) Exercice de l'alphabet pour l'écoute de l'autre et la confiance en soi

2) Mobiliser chacun à la conception de créations

   a) Clarifier la finalité pédagogique
   b) Choisir ensemble la situation mise en jeu et le traitement de la situation (humour, drame, satire, réalisme pédagogique …)
   c) Ecrire la trame et définir la répartition des rôles (back et front office) pour optimiser la recherche d'idées, le processus de travail et le jeu en groupe
   d) Faire une répétition pour apprécier et corriger le fond et la forme

3) Fédérer l'équipe lors d'une représentation générale illustrant les ambitions, les projets, les valeurs, les règles du jeu de l'entreprise

   a) Définir le programme et l'ordre des représentations
   b) Finaliser l'orchestration générale, le son et la lumière
   c) Prévoir les liants et les liens pour partager avec le groupe l'inter-représentation
   d) Faire un bilan sur les retours d'expériences
   e) Envisager la suite à travers la mise en œuvre de signes de reconnaissance post-action



M 405 : Dynamisez votre équipe autour d'un projet commun

Objectifs :

- Définir un projet partagé
- Mobiliser chacun sur la réalisation d'actions spécifiques
- Gérer les résistances
- Fédérer l'équipe lors d'une représentation générale mettant en scène le projet choisi par l'équipe

Contenu pédagogique :

1) Définir un projet partagé

   a) Identifier ses points forts et ses points à améliorer face à une situation à enjeu telle que l'est la définition d'un projet partagé
   b) Fixer des objectifs réalisables et accessibles
   c) Repérer des actions clés immédiates

2) Mobiliser chacun à la conception de créations

   a) Clarifier la finalité pédagogique
   b) Choisir ensemble la situation mise en jeu et le traitement de la situation (humour, drame, satire, réaliste, pédagogique …)
   c) Ecrire la trame et définir la répartition des rôles (back et front office) pour optimiser la recherche d'idées, le processus de travail et le jeu en groupe
   d) Faire une répétition pour apprécier et corriger le fond et la forme

3) Gérer les résistances

   a) Prévenir les oppositions
   b) Adopter un pilotage flexible
   c) Repérer là où se situent les résistances dans les 4 familles de résistances
   d) Etablir les ajustements possibles

4) Fédérer l'équipe lors d'une représentation générale mettant en scène le projet chois

   a) Définir le programme et l'ordre des représentations
   b) Finaliser l'orchestration générale, le son et la lumière
   c) Prévoir les liants et les liens pour partager avec le groupe l'inter-représentation
   d) Faire un bilan sur les retours d'expériences
   e) Envisager la suite à travers la mise en œuvre de signes de reconnaissance post-action



1 jour pour mener avec succès

le déploiement opérationnel du projet mobilité 

M 406 : Managers commerciaux :
Réussissez le déploiement opérationnel du projet mobilité

Objectifs :

- Définir les objectifs et comprendre les enjeux stratégiques du nomadisme
- Mettre en évidence les priorités pour chacun des acteurs concernés
- Définir les nouvelles règles du jeu
- Bâtir son plan d'actions en matière d'animation

Contenu pédagogique :

1) Définir les objectifs et comprendre les enjeux stratégiques du nomadisme pour l'entreprise, pour son équipe et pour soi-même
   a) Pourquoi et comment créer une organisation tournée prioritairement vers le développement des ventes
   b) Pourquoi et comment soulager les équipes commerciales du back office des ventes
   c) Pourquoi et comment optimiser les ressources disponibles pour les actions de fidélisation, de prospection et de suivi clients

2) Mettre en évidence les priorités pour chacun des acteurs concernés
   a) Déterminer les conséquences du nomadisme pour le manager et là ou se situent désormais ses priorités
   b) Clarifier les conséquences pour le commercial et les incidences sur son travail au quotidien
   c) Formaliser les priorités pour le back office dans le cadre de la nouvelle organisation

3) Définir les nouvelles règles du jeu
   a) Redéfinir les règles du jeu du manager opérationnel en matière d'environnement professionnel, d'animation d'équipe, de coaching et d'accompagnement terrain
   b) Redéfinir les règles du jeu du commercial itinérant en matière d'organisation, de gestion du temps en mode nomade et de gestion de ses priorités
   c) Redéfinir les règles du jeu de l'assistant(e) comme relai du commercial et commercial(e) sédentaire chargé(e) du développement ou de la promotion des ventes

4) Bâtir son plan d'actions en matière d'animation de son équipe
   a) Prendre la mesure des évolutions dans la fonction et dans ses rôles de manager
   b) Imaginer l'animation à distance de chacun de ses collaborateurs nomades
   c) Concevoir les moments clés de l'animation collective de son équipe à travers les temps de réunion : fixer le contenu, la durée et la fréquence



M 407 : Managers commerciaux : Fédérez et Faites grandir vos collaborateurs en mode nomade par l'utilisation de leur outil CRM

Objectifs :

- Faire prendre conscience des avantages mais aussi des dérives possibles de la mobilité
- Faire adhérer ses collaborateurs aux nouvelles règles du jeu de façon à ce que chacun puisse tenir son poste et s'impliquer dans les missions confiées
- Faire grandir ses collaborateurs en mode nomade par l'utilisation optimale de leur outil CRM

Contenu pédagogique :

1) Faire prendre conscience des avantages mais aussi des dérives possibles de la mobilité

   a) Décliner les enjeux relatifs au nomadisme
   b) Identifier les avantages du nouveau modèle pour l'ensemble des acteurs concernés
   c) Mettre en évidence les inconvénients ou contraintes liés au nomadisme
   d) Alerter chacun sur les dérives possibles et sur les craintes que pourraient avoir la clientèle

2) Faire adhérer ses collaborateurs aux nouvelles règles du jeu de façon à ce que chacun puisse tenir son poste et s'impliquer dans les missions confiées

   a) Décliner les nouvelles règles du jeu du manager commercial en matière de coaching et d'accompagnement terrain
   b) Fédérer autour des nouvelles règles du jeu du commercial itinérant en mode nomade
   c) Clarifier les nouvelles règles du jeu de l'assistant(e) comme relai du commercial et/ou comme vendeur sédentaire chargé du développement ou de la promotion des ventes

3) Faire grandir ses collaborateurs en mode nomade par l'utilisation optimale de leur outil CRM

   a) Comprendre les atouts de l'outil CRM dédié au nomadisme
   b) Lever les freins et les réticences liés à l'utilisation d'un outil CRM
   c) Comment mieux organiser mieux grâce à cet outil
   d) Comment rendre optimale la relation client, proposer, accompagner et suivre une offre commerciale avec cet outil
   e) Comment rendre optimale le suivi interne du client et favoriser la prise en charge par l'assistant(e) du back office avec cet outil



M 408 -1 : Appliquez l'art de la guerre selon Sun Tzu dans votre management

Objectifs :

- Appliquer les 13 principes initiés par Sun Tsu pour repenser totalement son management (en temps de crise ou lors d'un changement important initié par l'organisation ou par l'évolution de son environnement)

Contenu pédagogique :

Appliquer les 13 principes initiés par Sun Tsu pour repenser totalement son management en temps de crise ou lors d'un changement important initié par l'organisation ou par l'évolution de son environnement)

Article 01 : de l'évaluation (ou l'importance des études préalables, LE SWOT)

Article 02 : de l'engagement (ou la conduite de la guerre entre défense et attaque)

Article 03 : des propositions de la victoire et de la défaite (ou l'art de mener à bien une stratégie offensive)

Article 04 : de la mesure dans la disposition des moyens (ou l'utilisation des choix tactiques pour gagner la guerre)

Article 05 : de la contenance (ou l'utilisation en parallèle des 2 méthodes d'attaque : la méthode directe pour l'initiation au combat et la méthode indirecte pour assurer la victoire et les cinq manières d'obtenir la victoire)

Article 06 : du vide et du plein (ou l'art d'utiliser à bon escient son expertise du terrain pour choisir le bon endroit pour mener la bataille et jouer de ses atouts en variant le jeu)

Article 07 : de l'affrontement direct et indirect (ou faire les bons choix pour mettre l'armée en état de marche et effectuer ses manœuvres)

Article 08 : des 9 changements (ou identifier les grands principes à respecter pour mobiliser ses hommes, les conduire à la victoire ou quand la réflexion sur les avantages et sur les inconvénients précède l'action)

Article 09 : de la distribution des moyens (ou les comportements à adopter et ce qu'il ne faut pas faire lorsque l'armée est en marche)

Article 10 : de la topologie (ou les sources d'échecs possibles liées à l'absence de l'avantage « terrain »)

Article 11 : des 9 sortes de terrain (ou adopter les bons réflexes selon le terrain de jeu sur lequel on se trouve : du plus facile au plus exposé)

Article 12 : de l'art d'attaquer par le feu (ou les 5 manières d'utiliser le feu pour favoriser ses attaques et l'eau pour gagner en puissance)

Article 13 : de la concorde et de la discorde (ou l'art de favoriser chez soi la concorde et de bien utiliser ses espions pour favoriser chez l'ennemi la discorde) et ainsi gagner sans combattre



Déclinaison possible : 1 jour pour appliquer l'art de la guerre 

M 408-2 : Managers commerciaux : Appliquez l'art de la guerre initié par Sun Tzu dans le déploiement de l'énergie commerciale

Objectifs :

- Appliquer les 13 principes initiés par Sun Tsu pour repenser totalement son management et mettre en place une stratégie de conquête d'une équipe commerciale face à ses concurrents directs

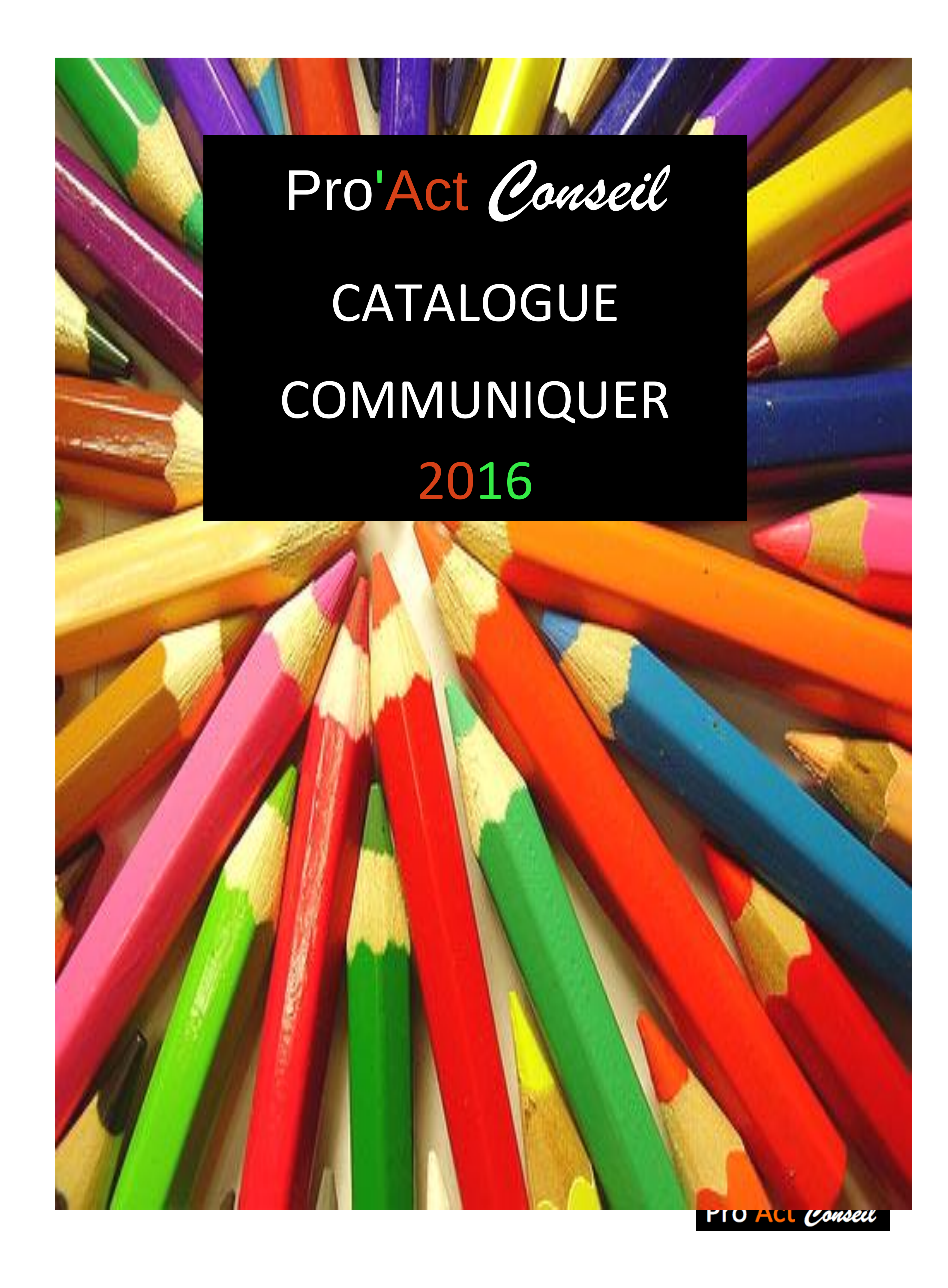
Exemple d'illustration possible :

1) Adopter une nouvelle vision stratégique
   a) Fixer le CAP et clarifier les enjeux
   b) Développer le sens du Tao et les savoirs qui conduisent à la victoire : l'idéologie, le commandement, la discipline, le climat, le terrain
   c) Identifier ses ennemis (concurrents à contrer) et ses alliés (d'éventuels partenaires) et recenser les places fortes, les forteresses et les fiefs des 2 côtés
   d) Tirer profil des expériences du passé pour apprécier les styles d'attaques de ses ennemis (ses concurrents)
   e) Bâtir toutes les hypothèses permettant idéalement de déjouer les plans de l'ennemi, de casser les alliances et d'isoler les plus faibles ou à défaut de s'attaquer à leurs bastions ou de vaincre sur le champ de bataille

2) Revoir sa vision tactique
   a) Utiliser les autochtones pour percevoir les mouvements des ennemis
   b) Mettre à contribution les espions pour bien appréhender la potentialité d'être dans l'une des 9 situations envisagées, de la plus facile à la plus désespérée
   c) Faire une revue des troupes pour mettre l'armée en ordre et en état de marche
   d) Prendre en compte toutes les informations reçues pour déterminer son plan de bataille

3) Repenser ses actions
   a) Veiller à une bonne communication au sein de l'armée pour se protéger des 5 situations périlleuses suivantes : l'insubordination, la fuite, la détresse, la déroute, la confusion …
   b) Surprendre l'ennemi par votre capacité à occuper le terrain, à tirer profil de vos avantages et à viser la tête car sans la tête une armée n'est rien
   c) Pousser l'avantage plus avant en menant une guerre d'usure qui sape le moral de l'ennemi
   d) Pousser l'ennemi dans ses derniers retranchements par une guérilla intense




Pro'Act Conseil
CATALOGUE
COMMUNIQUER
2016

COMMUNIQUER : SOMMAIRE

Comment accroître son aisance à l'oral ou à l'écrit ?

Comment renforcer l'impact de ses prises de parole en public et mieux communiquer vers et avec les autres ?

Comment développer sa flexibilité pour améliorer les échanges ?



Comment oser et pouvoir dire les choses sereinement ?



COMMUNIQUER

Comment accroitre son aisance a l'oral ou à l'écrit ?

Formation :

C 101 : **Décryptez les mécanismes de la communication pour communiquer plus efficacement au travail**

C 102 : **30 trucs et astuces pour améliorer son expression orale et s'exprimer clairement et simplement**

C 103 : **30 trucs et astuces pour améliorer son expression écrite et écrire un courrier ou un courriel sans fautes**

C 104 : **20 trucs et astuces pour améliorer ses supports d'animation et rendre ses présentations plus dynamiques et efficaces**

C 101 : Décryptez les mécanismes de la communication pour communiquer plus efficacement au travail

Objectifs :

- Décrypter les mécanismes de la communication
- Appréhender la communication comme un processus mécanique, dynamique et relationnel
- Découvrir et exploiter son aptitude à bien communiquer

Contenu pédagogique :

1) Décrypter les mécanismes de la communication

   a) Définir la communication : ce qu'elle est et ce qu'elle n'est pas
   b) Comprendre les enjeux de la communication
   c) Etre soi-même un excellent vecteur de communication
   d) Avoir à temps les informations utiles et nécessaires pour remplir totalement ses missions

2) Appréhender la communication comme un processus mécanique, dynamique et relationnel

   a) Vouloir, pouvoir et savoir communiquer : pas si simple
   b) Intégrer l'impact des 3 facteurs qui entrent en jeu dans toute communication : moi, l'autre et la situation de communication
   c) Découvrir les interconnexions et le jeu des émotions qui permettent ou empêchent la communication
   d) Repérer l'incidence du contexte dans le jeu relationnel
   e) S'appuyer sur les règles et réseaux de communication préétablis
   f) Prendre en compte l'ambiance

3) Découvrir et exploiter son aptitude à bien communiquer pour...

   a) S'affirmer au quotidien
   b) Oser exercer son autorité
   c) Vaincre sa susceptibilité
   d) Développer son influence
   e) Convaincre et remporter l'adhésion
   f) Entretenir le lien dans des situations à risque



1 jour pour s'améliorer en expression orale 

C 102 : 30 trucs et astuces pour améliorer son expression orale

Objectifs :

- Trouver sa voix et être entendu
- Donner du rythme au message et être écouté
- S'exprimer clairement et simplement et être compris

Contenu pédagogique :

1) 10 trucs et astuces pour trouver sa voix et être entendu
   a) Se sortir de la tête les 10 idées reçues bloquantes
   b) Appréhender les caractéristiques de son spectre vocal
   c) Identifier sa zone de confort et ses zones d'efforts pour bien placer et poser sa voix
   d) Chercher à progresser sur les 3 aspects de son spectre vocal : l'intensité, la fréquence, la tessiture
   e) Repérer ses atouts et difficultés en matière de diction
   f) Développer de bons réflexes dans son élocution
   g) Corriger d'éventuels défauts d'élocution : bégaiement, bafouillage, bredouillement
   h) Contrer les vire-langues et autre fourche langues
   i) Restituer clairement les sons par une meilleure articulation des consonnes et des voyelles
   j) Corriger quelques défauts d'articulation usuels : la blésité, le chuintement, le sifflement, le grasseyement
2) 10 trucs et astuces pour donner du rythme au message et être écouté
   a) Comprendre que sans respiration, il n'y a pas de son
   b) Gérer son souffle
   c) Intégrer le silence dans son expression
   d) Passer du réciter au parler
   e) Passer les points
   f) Faites des silences ailleurs
   g) Donner du relief en améliorant la scansion et l'intonation
   h) Maitriser le débit même s'il démontre toute votre passion
   i) Donner de l'expressivité à votre propos
   j) Soigner le ton puisque le ton c'est bon
3) 10 trucs et astuces pour s'exprimer clairement et simplement et être mieux compris
   a) Veiller au vocabulaire et aux erreurs de style
   b) Faire SICAV de façon à parler simple, parler court et parler illustré
   c) Relier les mots sans les mâcher
   d) Repérer vos tics verbaux et partez à la chasse aux « euh », « donc », « voilà », « ok »
   e) Prendre garde aux liaisons et éviter les liaisons mal à propos (pataquès, cuirs, velours, psiloses)
   f) Intégrer une fois pour toutes le cas du « h »
   g) User sans abuser des expressions toutes faites et chassez les clichés
   h) Eviter les mots réducteurs, les peut-être et les jamais...*
   i) Jouer des attaques et des finales, des ruptures et des contrastes, de l'effet répétition
   j) Bannir les pléonasmes, contresens et prendre garde aux erreurs de style



C 103 : 30 trucs et astuces pour améliorer son expression écrite et écrire un courrier ou un courriel sans fautes

Objectifs :

- Améliorer son niveau général en Français
- Eviter les fautes les plus courantes (orthographe, grammaire ou ponctuation)
- Se réconcilier avec l'écrit et rendre plus explicites ses écrits

Contenu pédagogique :

1) 10 trucs et astuces pour améliorer son niveau général en Français
   a) Se sortir de la tête les 10 idées reçues bloquantes
   b) Utiliser les 10 clefs du français d'aujourd'hui
   c) Evaluer son niveau sur 10 points révélateurs pour progresser à son rythme
   d) Faire face aux 10 dangers qui nous guettent en permanence
   e) Repérer les 10 classes grammaticales possibles
   f) Intégrer les 10 fonctions existantes dans une phrase
   g) Faire le tri dans les 10 propositions
   h) Eviter les 10 erreurs les plus courantes
   i) Utiliser les 10 moyens mnémotechniques efficaces à l'écrit en matière d'orthographe
   j) User sans abuser des 10 figures de rhétoriques courantes
2) 10 trucs et astuces pour éviter les fautes les plus courantes
   a) Prendre conscience de la nature grammaticale, de la racine et du sens des mots
   b) Ecrire sans appréhension le pluriel des mots simples et des mots composés
   c) Veiller à respecter quelques règles d'orthographe d'usage : les cédilles, les accents...
   d) Respecter les accords des adjectifs et des noms et les genres
   e) Veiller à l'écriture des nombres
   f) Intégrer la carte d'identité du verbe et l'appartenance aux groupes de verbes
   g) Rester vigilant quant à la concordance des modes et des temps
   h) Veiller aux règles de conjugaison car il y a nombre de conjugaisons particulières
   i) Faire attention au participe passé des verbes transitifs et pronominaux
   j) Améliorer l'utilisation des signes de ponctuation
3) 10 trucs et astuces pour se réconcilier avec l'écrit et rendre ses écrits plus explicites
   a) (Re) découvrir le plaisir d'écrire en débridant votre imagination
   b) Dépasser la peur de la page blanche
   c) Choisir la bonne stratégie de communication pour mieux vous faire comprendre
   d) Libérer sa plume
   e) Humaniser son écrit et l'adapter à ses lecteurs
   f) Avoir et suivre un fil conducteur
   g) Aérer son écrit en rendant le contenu plus fluide (pensez paragraphes)
   h) Faire des phrases courtes
   i) Trouver le mot juste et la bonne expression tout en sachant jouer avec les mots
   j) Ne pas se griser de sa nouvelle maîtrise car tout évolue très vite.



2 jours pour dynamiser ses supports de présentation

C 104 : 20 trucs et astuces pour améliorer ses supports d'animation et rendre ses présentations plus dynamiques et efficaces

Objectifs :

- Apprécier les contraintes et enjeux d'une présentation réussie
- Préparer ses présentations
- Dynamiser ses présentations Powerpoint

Contenu pédagogique :

1) Apprécier les contraintes et enjeux d'une présentation réussie
   a) Intégrer les contraintes et enjeux d'une présentation réussie
   b) Prendre en considération les différents éléments permettant de réussir une présentation illustrée à travers de supports d'animations
   c) Valider la pertinence de contraintes limitant l'impact du fond ou de la forme de votre animation : contraintes matérielles, contraintes temporelles, contraintes physiques, contraintes psychologiques
   d) Lever les freins et les blocages vous inhibant dans votre animation et l'utilisation de supports écrit de type « power-point », de supports vidéo, audio ou visuel ...

2) Préparer ses présentations (le fond)
   a) Construire son scénario
   b) Structurer les informations
   c) Evaluer le volume d'informations à intégrer
   d) Intégrer dans la volonté de faire passer le message la règle fondamentale de la communication : 55 - 38 - 07
   e) Rendre ses messages plus clairs et plus explicites
   f) Limiter le contenu
   g) Oser la perfection en suivant la recommandation de Saint Exupéry selon laquelle « la perfection est atteinte quand on ne peut plus rien supprimer »

3) Dynamiser ses présentations Powerpoint (la forme)
   a) Inclure sa présentation dans un respect de sa charte graphique
   b) Libérer la forme ... en oubliant les codes scolaires
   b) Tout en s'appuyant cependant sur quelques règles essentielles
   c) Illustrer et valoriser les messages essentiels
   d) Faire parler les chiffres et les mots essentiels
   e) Mettre en scène ses illustrations
   f) User sans abuser des changements de rythmes et de styles
   g) Penser aux détails qui font la différence



COMMUNIQUER

Comment renforcer l'impact de ses prises de parole en public ?

Formations :

C 201 : Réussissez vos prises de parole en public en fédérant votre auditoire autour du message et du contenu

C 202 : Réussissez vos prises de parole en public en exploitant vos talents oratoires pour mieux captiver votre auditoire

C 203 : Réussissez vos prises de parole en public en gérant mieux votre trac et en faisant passer des émotions positives

C 204 : Décryptez le langage corporel et les non-dits

C 205 : Réussissez vos prises de parole en public en joignant le geste à la parole et renforcer ainsi l'impact de votre discours

C 206 : Bannissez de votre gestuelle un maximum de gestes tabous

C 207 : Renforcez votre crédibilité dans vos relations interpersonnelles sans renoncer à votre image

Atelier théâtre :

C 208 : Exploitez tout votre potentiel de communicant lors de vos prises de parole en public



C 201 : Réussissez vos prises de parole en public en fédérant votre auditoire autour du message et du contenu

Objectifs :

- Comprendre les enjeux d'une prise de parole en public ou d'une intervention réussie
- Préparer son intervention
- Etre face à son auditoire
- Faire le bilan et viser à améliorer ses prises de parole d'après

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les enjeux d'une prise de parole en public ou d'une intervention réussie
   a) Identifier les enjeux d'une prise de parole ou d'une intervention face à un public
   b) Faire son autodiagnostic quant à sa capacité à tenir le rôle d'orateur face à un public

2) Préparer son intervention avec soin ...
   ... (mais efficacité, surtout si on a peu de temps pour préparer)
   a) Préparation mentale : Vaincre ses peurs et acquérir plus d'assurance vis-à-vis de l'exercice
   b) Préparation physique : Exploiter au mieux ses qualités personnelles
   c) Préparation pratique : Se poser toutes les bonnes questions avant afin de se donner les moyens d'atteindre son objectif pendant sa prise de parole en public
   d) Préparation matérielle : Rendre les conditions de l'exercice les plus favorables possibles

3) Etre face à son auditoire
   a) Etre en paix avec son apparence
   b) Etablir la relation avec le groupe
   c) Poser le cadre, être ponctuel, gérer les retardataires et lancer le TOAST
   d) Entrer par la bonne porte, faire corps avec son corps et occuper l'espace
   e) Soigner son expression
   f) Développer ses idées avec brio, être acteur et non lecteur, parler à son public et non à l'écran
   g) Accepter ses erreurs ou lapsus et faire face à ses trous de mémoire
   h) Faciliter la compréhension et la mémorisation des messages clefs
   i) Maintenir l'attention du public et être présent dans l'esprit et l'œil de l'auditoire
   j) Développer une connivence avec le groupe et être attentif aux attitudes et aux réactions du public
   k) Ecouter, accepter et répondre aux questions, traiter les objections
   l) Susciter le débat et gérer les échanges
   m) Etre paré pour l'imprévu et rester maître du temps et du jeu
   n) Soigner la fin de son exposé et conclure en beauté

4) Faire le bilan et viser à améliorer ses prises de parole en public d'après
   a) Faire un bilan systématique sous forme d'autodiagnostic ou obtenir d'un tiers un avis réaliste sur sa prestation
   b) (Se) poser les bonnes questions pour établir des objectifs d'amélioration
   c) Vouloir, pouvoir et savoir exploiter tout son potentiel et développer son charisme en visant l'acquisition d'un nouveau comportement
   d) Ne pas viser trop haut sur les moyens et les délais de mise en œuvre du plan de progrès



C 202 : 30 trucs et astuces pour réussir ses prises de parole en public en exploitant ses talents oratoires pour mieux captiver son auditoire

Objectifs :

- Donner quelques trucs et astuces pour accroitre son aisance "naturelle" dans cet exercice :
  - Avant : pour mieux se préparer et "construire le pendant" avant sa prise de parole
  - Pendant : pour être plus efficace dans le lancement et demeurer maître du jeu oratoire en toutes circonstances
  - Après : pour améliorer l'avant et le pendant des prises de parole d'après.

Contenu pédagogique :

1) 10 trucs et astuces pour mieux se préparer et conduire le pendant, avant
   a) Prendre la mesure de la difficulté réelle de la situation de façon à dépasser ses blocages, ses limitations mentales ou personnelles, identifier tout son potentiel et exploiter véritablement ses réels talents d'orateur
   b) Clarifier le but visé
   c) Stimuler ses neurones pour composer sa partition, CQFD !
   d) Mettre au point ses idées, définir le plan de route et aller droit au but en tenant compte de la dimension temporelle de sa prise de parole en public
   e) Chercher avant tout à parler aux autres, à faire mouche avec un message qui touche et en rendre son histoire vivante
   f) Tirer le meilleur parti du cadre, des conditions d'exercice et des supports
   g) Jouer avec les mots et mettre du liant pour composer un discours efficace et s'exprimer de façon vivante et attrayante
   h) Disposer d'un canevas de façon à mémoriser le script
   i) Prévoir d'en disposer au cas où ... pour mieux s'en libérer
   j) Se construire un vrai capital « confiance » en s'inspirant des grands orateurs et en pensant que préparé comme vous l'êtes, personne ne pourrait faire mieux que vous
2) 10 trucs et astuces pour être plus efficace dans le lancement et demeurer maître du jeu oratoire en toutes circonstances
   a) Partir du bon pied, s'ancrer au sol, allier stabilité et mobilité
   b) Passer la rampe et trouver sa place
   c) Respirer et donner de la voix en évitant de se fatiguer
   d) Veiller à avoir une diction correcte à défaut d'être parfaite et articulez
   e) Eviter les fautes ou erreurs classiques d'expression orale et repérer ses tics de langage pour ne pas nuire à l'attention
   f) Adopter un rythme fluide, avoir un discours dépouillé et épuré
   g) Adapter le ton au message, le dire même si c'est difficile et faire en sorte que le message passe
   h) Utiliser des effets persuasifs et dynamiser ses propos avec des formules positives et des formes actives
   i) Renforcer l'impact de ses propos en exprimant ses intentions à travers des gestes appropriés
   j) Rester vrai, sans chercher à sur jouer car cela se sent et cela se voit
3) 10 trucs et astuces pour améliorer l'avant et le pendant des prises de parole d'après
   a) Relativiser et prendre conscience de cet état de fait : vous en orateur, et alors !!!
   b) Se faire à l'idée d'être au centre de toutes les attentions et d'être capable de s'affirmer en vérité
   c) Avoir plus encore le souci de l'auditoire et le montrer
   d) Se lancer et relever des micro-défis
   e) Apprendre à séduire et à savoir libérer son « charisme »
   f) S'habituer à s'exprimer à voix haute, de façon plus distincte et plus intelligible
   g) Jouer le son sans l'image comme à la radio
   h) Jouer l'image sans le son comme dans un film muet ou un exercice de mime
   i) Développer un esprit d'à-propos et gagner en réparties
   j) Sortir de ses habitudes et varier les plaisirs pendant, lors de ses prochaines prises de parole en public



C 203 : Gérez votre trac et faites passer des émotions dans vos prises de parole en public

Objectifs :

- Comprendre les mécanismes émotionnels
- Maintenir sa stabilité émotionnelle pour mieux canaliser ses émotions
- Limiter la perception du trac par les autres
- Accompagner son auditoire dans le jeu émotionnel

Contenu pédagogique :

1) Comprendre le trac, les messages contraignants et les limitations personnelles auxquelles nous sommes tous confrontés

   a) Identifier ce qu'est le trac
   b) Débusquer les petites voix du passé qui nous gouvernent au présent sous la forme de messages contraignants et de limitation personnelle
   c) Prendre conscience de la récurrence de ces cinq pilotes clandestins dans notre ressenti et nos actions
   d) Appréhender ce qui se cache derrière son trac

2) Maintenir sa stabilité émotionnelle pour mieux canaliser ses émotions

   a) Bien se connaître
   b) Chercher à évoluer et cheminer vers un moi adulte
   c) Changer d'état d'esprit
   d) Intégrer les fonctions positive du trac
   e) Dépasser une limitation personnelle pour apprivoiser son trac
   f) Visualiser positivement sa prise de parole en public pour dépasser ses peurs et lever ses appréhensions

3) Limiter la perception du trac par les autres dans la relation lors de ses prises de parole en public

   a) Repérer les messages contraignants liés au trac
   b) Utiliser 5 techniques pour canaliser et gérer son trac en prise de parole en public
   c) Apprécier les messages positifs que renvoient les autres en percevant votre trac
   d) Utiliser 5 techniques pour en limiter l'impact chez les autres

4) Accompagner l'auditoire dans le jeu « émotionnel »

   a) Fédérer son auditoire sur des émotions constructives
   b) Eviter les comportements émotionnels non efficaces dans la relation



C 204 : Décryptez le langage corporel et les non-dits

Objectifs :

- Apprivoiser le langage du corps entre conscient et inconscient
- Comprendre la signification des attitudes et comportements les plus usuels, les gestes et postures, mimiques ou expressions du visage les plus courants
- Identifier les gestes ou postures de nos membres qui renforcent notre authenticité et cerner quelques gestes de réajustement qui dénoncent notre mal-être
- Repérer la symbolique des attitudes courantes

Contenu pédagogique :

1) Apprivoiser le langage du corps entre conscient et inconscient

   a) Tout est communication : les 3 C de la communication

   b) Rien n'est neutre dans nos attitudes ou comportements, dans nos gestes ou postures, dans nos mimiques ou expressions du visage
   c) Faire tomber les stéréotypes et les idées reçues vis-à-vis des gestes et de leur représentation (conscient et/ou inconscient : où te caches-tu ?)

2) Comprendre la signification des attitudes et comportements les plus usuels, les gestes et postures, mimiques ou expressions du visage les plus courants

   a) Tout votre corps parle

   b) Toute votre tête parle

3) Identifier les gestes ou postures de nos membres qui renforcent notre authenticité et cerner quelques gestes de réajustement qui dénoncent notre mal-être

   a) Le jeu des pieds et des jambes

   b) Le jeu des mains et des vilains

   c) Les tentatives du sur-moi pour prouver notre authenticité ou cacher notre mal-être : les signes d'autorité / les signes de séduction

4) Repérer la symbolique des attitudes courantes

   a) Ce que masquent nos rires

   b) Ce qui se cache derrière nos sourires

   c) Ce qui se trame derrière nos larmes



1 jour pour prendre conscience de ses atouts corporels

C 205 : Réussissez vos prises de parole en public en joignant le geste à la parole

Objectifs :

- Apprivoiser le langage du corps
- Prendre conscience de la portée de tous ces gestes en prise de parole en public entre gestes inconscients et gestes conscients
- Gagner en impact sans vouloir (ou pouvoir) tout contrôler

Contenu pédagogique :

1) Apprivoiser le langage du corps

   a) Tout est communication : les 3 C de la communication

   b) Rien n'est neutre dans nos attitudes ou comportements, dans nos gestes ou postures, dans nos mimiques ou expressions du visage

   c) Faire tomber les stéréotypes et les idées reçues vis-à-vis des gestes et de leur représentation (conscient et/ou inconscient : où te caches-tu ?)

2) Prendre conscience de la portée de tous ces gestes en prise de parole en public entre gestes inconscients et gestes conscients

   a) La station debout en prise de parole en public

   b) La station assise en prise de parole en public

3) Gagner en impact lors de ses prises de paroles en public

   a) Déceler ses besoins pour mieux s'ajuster

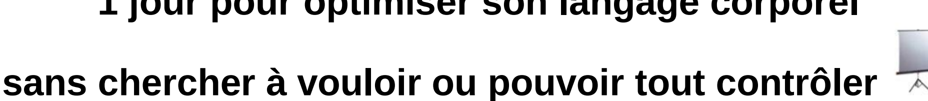
   a) Apprécier les oppositions éventuelles pour mieux les prévenir

   b) Occuper l'espace et ne pas oublier l'impact de la première impression

   c) Travailler sa posture et décoincer sa gestuelle sans vouloir ou pouvoir tout contrôler

   d) Entrer dans son univers et l'associer sans lui donner le sentiment d'être agressé





1 jour pour optimiser son langage corporel

sans chercher à vouloir ou pouvoir tout contrôler

C 206 : Bannissez de votre gestuelle 10 gestes tabous et adoptez 10 gestes antidotes face aux personnalités difficiles

Objectifs :

- Apprivoiser le langage du corps
- Bannir de sa gestuelle 10 gestes tabous
- Cerner l'autre dans ses préférences et/ou intentions cachées et déterminer des traits de personnalité à travers le langage corporel : possible ou impossible
- Gagner en impact sans vouloir (ou pouvoir) tout contrôler

Contenu pédagogique :

1) Apprivoiser le langage du corps

   a) Tout est communication : les 3 C de la communication

   b) Rien n'est neutre dans nos attitudes ou comportements, dans nos gestes ou postures, dans nos mimiques ou expressions du visage

   c) Faire tomber les stéréotypes et les idées reçues vis-à-vis des gestes et de leur représentation (conscient et/ou inconscient : où te caches-tu ?)

2) Bannir de sa gestuelle 10 gestes tabous

3) Cerner l'autre dans ses préférences et/ou ses intentions cachées et déterminer des traits de personnalité à travers le langage corporel : possible ou impossible ?

   a) Repérer les autoritaires à travers leurs 10 gestes les plus fréquents

   b) Cerner les séducteurs ou autres bonimenteurs à travers leurs 10 gestes les plus fréquents

   c) Déceler les simulateurs à travers leurs 10 gestes les plus fréquents

   d) Démasquer les superstitieux et les menteurs à travers leurs 10 gestes les plus fréquents

4) Adopter les 10 gestes antidotes face aux personnalités difficiles

1 jour pour optimiser son image

sans chercher à vouloir ou pouvoir tout contrôler 

C 207 : Renforcez votre crédibilité dans vos relations interpersonnelles sans renoncer à votre image

Objectifs :

- Comprendre que tout sur vous et en vous communique
- Dresser son portrait pour comprendre les enjeux de son image
- Faire la paix avec son apparence en suivant quelques bons conseils permettant de renforcer sa crédibilité sans casser son image

Contenu pédagogique :

1) Comprendre que tout sur vous et en vous communique

   a) Votre allure et votre apparence extérieure
   b) Votre style vestimentaire
   c) Vos accessoires

2) Comprendre les enjeux de votre image

   a) Quelle image aimeriez-vous affirmer à travers votre allure ?
   b) Quelle image aimeriez-vous affirmez à travers les couleurs que vous appréciez ? Les couleurs que vous portez au travail ?
   c) La symbolique des couleurs au travail
   d) Quelle image aimeriez-vous affirmer dans votre "style" vestimentaire ?
   e) La symbolique des styles vestimentaires

3) Faire la paix avec son apparence

   a) Se poser les bonnes questions
   b) Attention danger à ne casser son image
   c) Attention danger à ne pas être à contre image
   d) Suivre de bons conseils pour optimiser son image compte tenu de la carnation de sa peau et opter pour ce qui vous va le mieux dans les couleurs et dans le style
   e) Prendre en compte quelques idées pour agrémenter son image à travers les accessoires et autres supports d'image



2 jours pour développer tout son potentiel de communicant 

C 208 : Exploitez tout votre potentiel de communicant

Objectifs :

- Développer sa présence dans les relations interpersonnelles
- Développer son aisance corporelle
- Développer sa fluidité verbale
- Développer son attractivité
- Construire un objectif individuel de progrès

Contenu pédagogique :

1) Développer sa présence dans les relations interpersonnelles

    a) Développer son attractivité par une présentation de soi positive (limitez la répulsion par une présentation de soi négative)
    b) Développez plus encore votre présence en prenant en compte l'environnement et l’autre (les autres)

2) Développer son aisance corporelle

    a) L'ancrage dans le sol et le maintien entre stabilité et mobilité
    b) Les gestes et les postures démontrant la fluidité et le contrôle
    c) Le regard et les expressions du visage (sans fuite mais aussi sans agressivité)

3) Développer sa fluidité verbale

    a) La formulation de la pensée pour traduire ses idées en actions de communication
    b) La diction entre élocution et articulation pour donner le sens
    c) Le rythme et le débit pour canaliser ses propos
    d) L'accentuation sur les attaques ou les fins de phrases pour insister
    e) Le troc des tics pour éviter de perdre l’auditoire

4) Développer son attractivité

    a) Gérer ses émotions
    b) Faire passer des émotions
    c) Avoir le sens de la répartie et du bon mot
    d) Faire preuve de souplesse et de réactivité

5) Construire son objectif individuel de progrès permettant de :

    a) Se sentir plus à l'aise, plus en confiance dans ses prises de parole en public
    b) Avoir une plus grande aisance oratoire et corporelle dans ce type de situation



COMMUNIQUER

Comment développer sa flexibilité pour améliorer les échanges ?

Formations :

C 301 : **Développez vos facultés d'écoute du verbal et du non verbal**

C 302 : **Améliorez votre mémoire et votre prise de notes**

C 303 : **Parlez de manière plus positive et plus projective pour mieux communiquer vers l'autre**

C 304 : **Injectez une dose d'empathie pour favoriser les échanges**



C 301 : Développez vos facultés d'écoute du verbal et du non verbal

Objectifs :

- Reconnaître l'importance de l'écoute dans le processus de communication
- Développer ses facultés d'écoute sur les différentes phases du processus d'écoute : lors de la réception d'un message, lors de son traitement avant l'ébauche de réponse

Contenu pédagogique :

1) Reconnaitre l'importance de l'écoute dans le processus de communication

   a) Apprécier la relation entre un émetteur et un récepteur au regard des différents modèles mis en évidence depuis les années 1950
   b) Comprendre l'importance de l'écoute dans le modèle transactionnel
   c) Appréhender ce qu'est une réelle attitude d'écoute et de curiosité
   d) Identifier son profil en décelant ses prédispositions naturelles, l'influence de sa personnalité et l'impact de son affectivité sur ses facultés d'écoute

2) Développer ses facultés d'écoute lors de la réception d'un message

   a) Prendre conscience qu'écouter est bien un acte volontaire
   b) Lutter contre ses préjugés en situation d'écoute qui nous poussent vers une surdité programmée
   c) Eviter les comportements stériles en matière d'écoute
      - Eviter d'être dans une posture d'écoute passive
      - Eviter d'être dans une posture d'écoute sélective
      - Eviter d'être dans une posture d'écoute attentive

3) Opter pour un comportement d'écoute active du verbal et du non verbal (observation)

   a) S'impliquer dans l'échange en se concentrant totalement sur le locuteur
      - Ecouter et ne pas faire semblant
      - Supprimer tous les obstacles à la bonne écoute dépendant de soi
      - Chercher à capter l'intégralité du message : le fond et la forme
   b) Employer l'ensemble des outils d'écoute active
      - Accuser réception du message
      - Reformuler pour s'assurer de notre bonne assimilation du message émis
      - Poser si besoin des questions d'approfondissement
      - Faire silence

4) Renforcer ses qualités d'écoute lors du traitement de l'information reçue

   a) Analyser, évaluer et synthétiser les informations transmises
   b) Opérer un traitement optimal de l'ensemble des informations émises
   c) Signaler que les intentions et le contenu du message du locuteur ont été assimilés
   d) Observer le verbal et le non verbal du locuteur pour s'assurer sa bonne compréhension du message émis et le fait de ne pas être dans l'interprétation



1 jour pour renforcer la reformulation et/ou la mémorisation

C 302 : Améliorez votre mémoire et votre prise de notes

Objectifs :

- Reconnaître l'importance des techniques de mémorisation dans le processus de communication
- Développer sa compréhension et sa mémorisation des messages de l'autre

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître l'importance des techniques de mémorisation dans le processus de communication

   a) Apprécier la relation entre un émetteur et un récepteur au regard des différents modèles mis en évidence depuis les années 1950
   b) Comprendre l'importance des techniques de mémorisation dans le modèle transactionnel
   c) Appréhender ce qu'est une réelle attitude aptitude de mémorisation à court terme et à long terme
   d) Identifier son profil en décelant ses prédispositions naturelles, l'influence de sa personnalité et l'impact de son affectivité sur ses facultés d'accueil de l'information et de mémorisation

2) Renforcer sa compréhension et sa mémorisation des messages de l'autre

   a) Optimiser le transfert d'informations
      - Expérimenter pour mieux mémoriser sur les 3 phases d'encodage, de stockage et de restitution des messages exprimés mais aussi des non-dits
      - Redécouvrir l'intérêt de la prise de notes
      - La rendre plus efficiente en adoptant une méthode de prise de notes facilitant la compréhension du message reçus : linéaire – logique – avec des mots clés mais en adoptant des outils d'écriture rapide : signes, abréviations ... en facilitant la relecture
      - Miser sur des codes mnémotechniques
      - Opter pour la récupération
   b) Apprendre à réactiver sa mémoire
      - Stimuler l'hémisphère droit et l'hémisphère gauche du cerveau
      - Eduquer son attention, sa concentration et sa volonté
      - Découvrir son mode d'acquisition privilégié pour conforter sa mémoire en phase immédiate, à court terme et à plus long terme
      - Mieux se souvenir par le recours aux 5 sens (et donc le développement de tous les autres sens en dehors du mode d'acquisition privilégié)
      - Fixer définitivement ses souvenirs
      - Cerner son mode de rétention des informations
      - Oublier le superflu
      - Muscler sa mémoire et la doper au quotidien en favorisant l'orientation mnémotechnique vers des faits concrets
      - Doper sa mémoire sémantique par réunion et association d'idées



1 jour pour faire passer son message avec clarté 

C 303 : Parlez de manière plus positive et plus projective

Objectifs :

- Reconnaître l'importance de mots prononcés dans le processus de communication
- Développer ses facultés d'expression pour mieux communiquer vers l'autre
- Faire passer son message avec clarté

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître l'importance de l'expression orale dans le processus de communication
   a) Apprécier la relation entre un émetteur et un récepteur au regard des différents modèles mis en évidence depuis les années 1950
   b) Comprendre l'importance de l'expression orale dans le modèle transactionnel
   c) Appréhender ce qu'est une réelle capacité à parler positif, à parler projectif
   d) Identifier son profil en décelant ses prédispositions naturelles, l'influence de sa personnalité et l'impact de son affectivité sur ses facultés d'expression
2) Renforcer ses facultés d'expression pour mieux communiquer vers l'autre
   a) Se poser les bonnes questions avant
   b) Etre au clair par rapport à son objectif
   c) Penser au fond et organiser sa communication vers l'autre
      - Organiser sa pensée
      - Hiérarchiser ses idées
   d) S'intéresser véritablement à l'autre pour bien lui parler
   e) Veiller au cadre et à l'environnement
   f) Penser à la forme du message
   g) Intégrer les émotions à véhiculer
      - Jouer sur sa capacité à faire preuve d'honnêteté en disant sincèrement la vérité
      - Etre direct c'est-à-dire aller à l'essentiel avec tact et respect
      - Se montrer constructif c'est-à-dire le plus objectif et le moins tendancieux possible
   h) Eviter quelques erreurs de style
      - Veiller à ne pas adopter un comportement mielleux
      - Bannir l'hypocrisie
      - Prendre garde aux répercussions des tournures faussement positives
3) Faire passer son message avec clarté
   a) Rendre son message simple et concis
      - Comprendre que faire preuve de sobriété est un gage d'efficacité
   b) Parler en termes compréhensibles
      - Utiliser qu'à bon escient les sigles, jargons et termes techniques
      - Eviter les figures de rhétoriques, les expressions idiomatiques et les métaphores
   c) Eviter tout ce qui vient nuire au message
      - Eviter d'utiliser un langage qui nuit à la qualité du message
      - Supprimer les expressions malhabiles car inutiles et les messages ambivalents
      - Supprimer les énoncés explicatifs sur un mode défensif
   d) Répondre de manière positive sur quelques situations courantes
      - Donner une réponse à une question
      - Faire face à une demande exigeante
      - Reconnaitre une erreur par exemple avoir oublié quelque chose d'important
      - ...



1 jour pour améliorer son empathie face aux autres

C 304 : Injecter la bonne dose d'empathie

Objectifs :

- Reconnaître l'importance de l'empathie dans le processus de communication
- Montrer de l'empathie et non de la compassion envers l'autre
- Développer son empathie pour mieux communiquer avec l'autre
- Gagner en flexibilité pour échanger dans la circularité

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître l'importance de l'empathie dans le processus de communication
   a) Apprécier la relation entre un émetteur et un récepteur au regard des différents modèles mis en évidence depuis les années 1950
   b) Comprendre l'importance de l'empathie dans le modèle transactionnel
   c) Appréhender ce qu'est une réelle attitude d'empathie
   d) Identifier son profil en décelant ses prédispositions naturelles, l'influence de sa personnalité et l'impact de son affectivité sur sa faculté à être de façon naturelle en empathie

2) Montrer de l'empathie et non de la compassion envers l'autre
   a) Prendre la mesure d'un manque d'empathie sur quelques cas concrets
   b) Faire la différence entre empathie et compassion
   c) Comparer les résultats de l'un et de l'autre dans la perception d'autrui

3) Développer son empathie pour mieux communiquer avec l'autre
   a) Identifier son mode dominant dans 10 situations du quotidien
   b) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode interprétation ou appréciation
   c) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode évaluation ou jugement
   d) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode enquête ou investigation
   e) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode conseil ou apport de solution
   f) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode soutien ou support
   g) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode critique ou boomerang
   h) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode culpabilisation ou défensif
   i) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode rejet ou négation
   j) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode débat ou joute verbale
   k) Appréhender les conséquences d'une attitude en mode empathie ou compréhension

4) Gagner en flexibilité pour échanger en circularité
   a) Adapter ses comportements selon les préférences de l'autre tout en restant soi-même
   b) Eviter les modes nuisibles à la relation qui conduisent à une situation de blocage
   c) Observer l'empathie en action sur des situations fréquentes
      - Traiter une objection et faire face à la contradiction
      - Répondre à un collègue / collaborateur / client contrarié



COMMUNIQUER

Comment oser et pouvoir dire les choses sereinement ?

Formations :

C 401 : Développez l'assertivité pour communiquer avec plus d'autorité et d'impact

C 402 : Faites passer vos messages avec conviction et assurance lors des briefings de prise de poste

C 403 : Faites passer vos messages avec assurance lors de vos débriefings

C 404 : Faites passer vos messages avec assurance en communication transversale

1 jour pour gagner en assertivité 

C 401 : S'affirmer dans les relations interpersonnelles et communiquer avec plus d'autorité et d'impact dans les situations tendues

Objectifs :

- Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
- Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression
- Identifier ses tendances à adopter une des 3 conduites inefficace en situation tendue
- Comprendre que tout est affaire de volonté et de capacité
- Mieux gérer les situations qui nous paraissent difficiles avant d'en arriver au conflit

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
   a) Identifier les 4 modes d'expression
      - La façon calme et sans assurance
      - La façon expéditive en mode agressif
      - La façon subtile mais néfaste
      - La façon directe et positive

   b) Définir l'assertivité
      - Définir ce qu'est l'assertivité
      - Intégrer ce qu'il convient de faire pour se montrer assertif

2) Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression
   a) Repérer son niveau global sur les 4 modes de conduite interrelationnelles
   b) Analyser les résultats
      - Apprécier l'équilibre général
      - Identifier les manques
      - Repérer les excès

3) Identifier sa tendance à adopter une des 3 conduites inefficace en situation tendue
   a) Mettre en évidence les croyances, les alibis et prétextes que l'on développe pour les justifier
   b) Comprendre et partager sa vision de chaque mode : ce qui peut plaire et déplaire dans chacun
   c) Identifier les origines de ce choix de comportement
   d) Comprendre les conséquences de tels actes

4) Comprendre que tout est une affaire de volonté et de capacité
   a) Oser s'exprimer, c'est parfois difficile
   b) Oser s'exprimer comme on le souhaiterait, c'est également parfois difficile
   c) Bâtir une nouvelle efficacité personnelle pour n'être ni hérisson, ni paillasson
   d) Agir face à ses comportements néfastes chez soi et passer vers plus d'assertivité
   e) Agir face à de tels comportements chez l'autre

5) Gérer les situations qui nous paraissent difficiles avant d'en arriver au conflit
   a) Développer la confiance en soi pour oser demander ou dire les choses clairement et calmement
   b) Formuler des critiques constructives et/ou accepter des remarques justifiées
   c)
   d) Désamorcer les situations conflictuelles vous mettant en jeu



1 jour pour réussir ses briefings de prise de poste

C 402 : Faites passer vos messages avec conviction et assurance lors des briefings de prise de poste

Objectifs :

- Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
- Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression sur un briefing de prise de poste
- Construire ses briefings de prise de poste
- Comprendre que tout est affaire de volonté et de capacité
- Parvenir en 5 minutes à faire passer ses messages et à convaincre

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs

   a) Identifier les 4 modes d'expression
      - La façon calme et sans assurance
      - La façon expéditive en mode agressif
      - La façon subtile mais néfaste
      - La façon directe et positive

   b) Définir l'assertivité
      - Définir ce qu'est l'assertivité
      - Intégrer ce qu'il convient de faire pour se montrer assertif

2) Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression sur un briefing de prise de poste

   a) Mettre en évidence les croyances, les alibis et prétextes que l'on développe pour les justifier
   b) Comprendre et partager sa vision de chaque mode : ce qui peut plaire et déplaire dans chacun
   c) Identifier les origines de ce choix de comportement
   d) Comprendre les conséquences de tels actes

3) Comprendre que tout est une affaire de volonté et de capacité

   a) Oser s'exprimer, c'est parfois difficile
   b) Oser s'exprimer comme on le souhaiterait, c'est également parfois difficile
   c) Bâtir une nouvelle efficacité personnelle pour n'être ni hérisson, ni paillasson lors de ses briefings de prise de poste
   d) Agir face à ses comportements néfastes chez soi et passer vers plus d'assertivité

4) Parvenir en 5 minutes à faire passer ses messages et convaincre

   a) Eviter les cinq pièges classiques survenant lors d'un briefing de prise de poste
   b) Progresser dans sa capacité à susciter l'intérêt et faire passer ses messages en trouvant les accroches, les liens entre ses idées, en utilisant des mots projectifs pour faire mouche
   c) Trouver la parade en cas de blocage ou d'opposition manifeste
   d) Se montrer convaincant en s'assurant de l'adhésion en phase de conclusion



1 jour pour réussir ses débriefings 

C 403 : Faites passer vos messages avec assurance et conviction lors de vos débriefings de fin de poste

Objectifs :

- Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
- Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression sur un débriefing de fin de poste
- Comprendre que tout est affaire de volonté et de capacité
- Parvenir à faire passer ses messages et à convaincre lors de ses débriefings

Contenu pédagogique :

1) Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs

   a) Identifier les 4 modes d'expression
      - La façon calme et sans assurance
      - La façon expéditive en mode agressif
      - La façon subtile mais néfaste
      - La façon directe et positive

   b) Définir l'assertivité
      - Définir ce qu'est l'assertivité
      - Intégrer ce qu'il convient de faire pour se montrer assertif

2) Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression sur un débriefing de fin de poste

   a) Mettre en évidence les croyances, les alibis et prétextes que l'on développe pour les justifier
   b) Comprendre et partager sa vision de chaque mode : ce qui peut plaire et déplaire dans chacun
   c) Identifier les origines de ce choix de comportement
   d) Comprendre les conséquences de tels actes

3) Comprendre que tout est une affaire de volonté et de capacité

   a) Oser s'exprimer, c'est parfois difficile
   b) Oser s'exprimer comme on le souhaiterait, c'est également parfois difficile
   c) Bâtir une nouvelle efficacité personnelle pour n'être ni hérisson, ni paillasson lors de ses débriefings de fin de poste
   d) Agir face à ses comportements néfastes chez soi et passer vers plus d'assertivité

4) Parvenir à faire passer son message et à convaincre lors de ses débriefings
   a) Eviter les cinq pièges classiques survenant lors d'un briefing de prise de poste
   b) Progresser dans sa capacité à développer une relation constructive et faire passer ses messages en développant ses commentaires avec netteté en s'appuyant sur des faits en acceptant de partager la vision de l'autre sans porter de jugement, restant flexible et réactif pour entretenir la relation de confiance
   c) Trouver la parade en cas de blocage ou d'opposition manifeste
   d) Conclure positivement en fixant un plan de progrès et en donnant l'envie d'un après



1 jour pour communiquer efficacement de façon transverse

C 404 : Faites passer vos messages avec assurance et conviction en communication transversale

Objectifs :

- Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
- Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression en cas d'animation (et/ou de participation) à un groupe sans y avoir l'autorité apportée par un lien hiérarchique
- Comprendre que tout est affaire de volonté et de capacité
- Parvenir à faire passer ses messages et à convaincre lors d'échanges en mode transverse

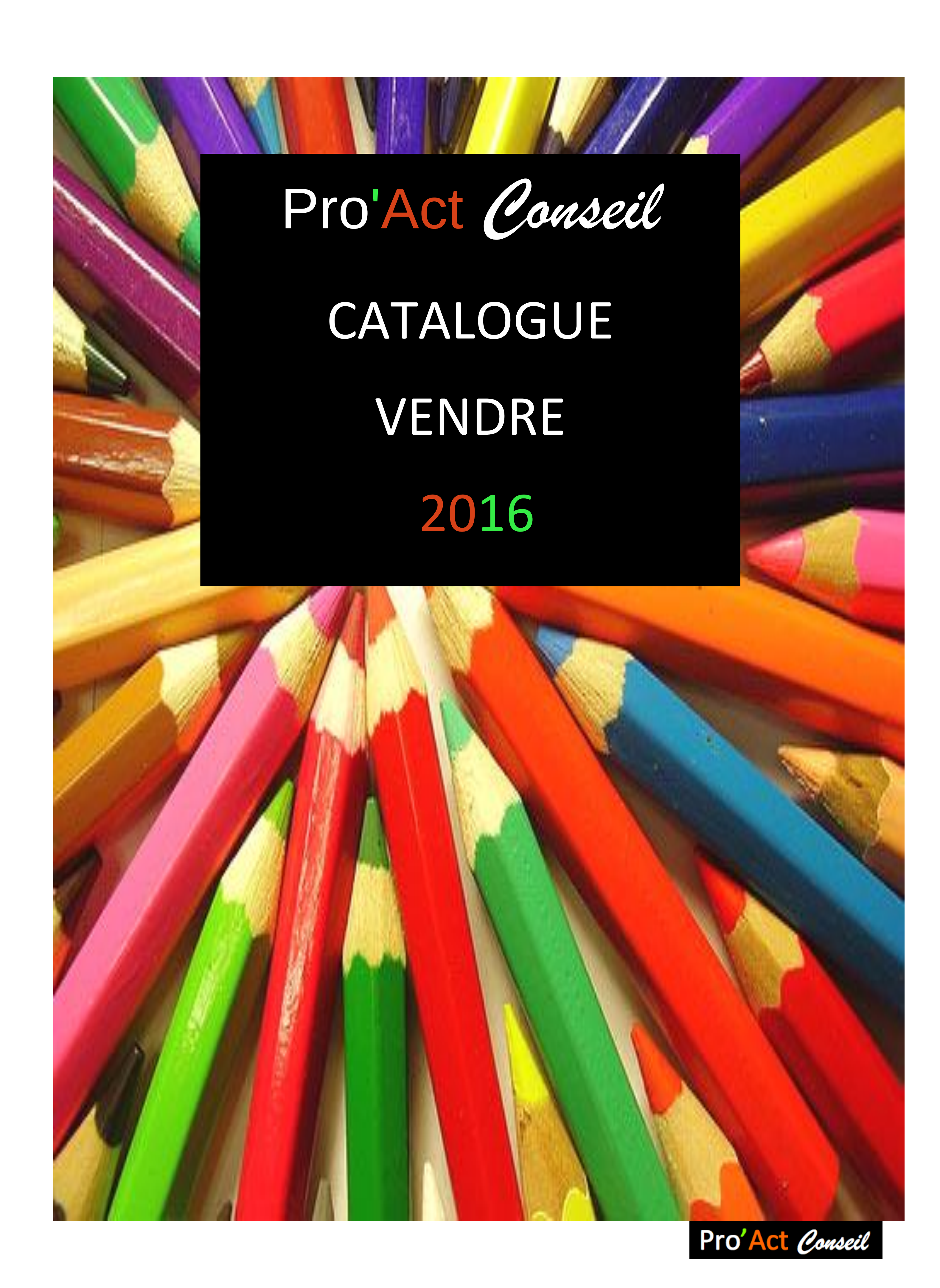
Contenu pédagogique :

1) Reconnaître les 4 modes de comportements interactifs
   a) Identifier les 4 modes d'expression
      - La façon calme et sans assurance
      - La façon expéditive en mode agressif
      - La façon subtile mais néfaste
      - La façon directe et positive
   b) Définir l'assertivité
      - Définir ce qu'est l'assertivité
      - Intégrer ce qu'il convient de faire pour se montrer assertif

2) Reconnaître chez soi son mode naturel d'expression en cas d'animation et/ou de participation à un groupe sans y avoir l'autorité apportée par un lien hiérarchique
   a) Mettre en évidence les croyances, les alibis et prétextes que l'on développe pour les justifier
   b) Comprendre et partager sa vision de chaque mode : ce qui peut plaire et déplaire dans chacun
   c) Identifier les origines de ce choix de comportement
   d) Comprendre les conséquences de tels actes à travers 4 situations spécifiques illustrant les spécificités de la communication en mode transverse

3) Comprendre que tout est une affaire de volonté et de capacité
   a) Oser s'exprimer, c'est parfois difficile
   b) Oser s'exprimer comme on le souhaiterait, c'est également parfois difficile
   c) Agir face à ses comportements néfastes pour développer son agilité relationnelle et se montrer plus fédérateur dans ses relations transverses
      - Utiliser le mode de communication approprié aux individus (les expansifs, les concrets, les novateurs) et aux fonctions occupées (production, méthodes, administration, relation clientèle...)
      - Accepter et intégrer les différences de métier, maturité, expertise, implication...
      - Rechercher avec aisance l'équilibre dans les inter-échanges et la relation compte tenu d'enjeux potentiellement différents entre les participants
      - Faire face avec aisance aux situations dérangeantes en utilisant les techniques de communication appropriées (investigation-mémorisation-facilitation)
      - Faire face aux oppositions et à la contradiction en cherchant à désamorcer l'escalade résistance - tension et en apportant les bonnes réponses aux postures néfastes qui génèrent des conflits au sein d'un groupe de participants




Pro'Act Conseil
CATALOGUE
VENDRE
2016
Pro'Act Conseil

VENDRE : SOMMAIRE

Comment améliorer sa présence et sa performance terrain ?

V101 - Commerciaux : Préparez et vendez vos Plans d'Actions mensuelles (PAM) pour atteindre vos objectifs

V102 - Commerciaux : Affutez vos talents commerciaux : Préparez-vous et ciblez et préparez vos rendez-vous

V103 - Commerciaux : Mesurez la satisfaction clients : traitez les litiges et réclamations pour mieux fidéliser vos clients

V104 – Vendez et négociez avec des grands comptes

V105 - assistant(es) commercial(es) : Exploitez toute votre dimension commerciale

V106 - Commerciaux sédentaires et itinérants : appliquez l'art de la guerre pour saisir toutes les opportunités de développer le CA

Comment renforcer la confiance d'un client et/ou créer un climat favorable avec un prospect ?

V201 - Commerciaux Juniors Affutez vos talents commerciaux en situation de mise en confiance

V202 - Commerciaux Experts Retrouvez un nouveau souffle dans l'approche clients et la mise en confiance de vos prospects

V203 - Commerciaux Juniors Affutez vos talents commerciaux en situation d'identification des besoins

V204 - Commerciaux Experts Repartez à la découverte de vos clients et prospects grâce au langage des couleurs



V205 - Personnels d'Accueil et Télé-opérateurs Professionnalisez votre accueil physique ou téléphonique et votre relation clients/prospects

V206 – Commerçants : Vendez plus, vendez à plus et vendez mieux dans votre boutique grâce au langage des couleurs

V207 – Démonstrateurs : Vendez plus, vendez à plus et vendez mieux en salon, en foire ou en galerie grâce au langage des couleurs

V208 - Entraînez-vous à la découverte en 3D (acheteur -vendeur-observateur)



Comment valoriser son offre et susciter l'envie ?

V301 - Commerciaux Juniors Affutez vos talents commerciaux en situation de présentation de solutions et de justification du prix

V302 - Commerciaux Experts Gagnez en impact et crédibilité dans vos préconisations grâce au langage des couleurs



V303 - Commerciaux Juniors Appréhendez la négociation dans un rapport gagnant-gagnant: négociez et défendez vos marges

V304 - Commerciaux Experts Soyez plus forts dans vos négociations et la défense de vos marges grâce au langage des couleurs



V305 - Entraînez-vous à l'argumentation en 3D (acheteur-vendeur -observateur)



V306 - Entraînez-vous à la défense du prix et à la négociation en 3D (acheteur-vendeur -observateur)



Comment finaliser la vente et faire de ses clients les développeurs de son réseau ?

V401 - Nouveaux commerciaux Affutez vos talents commerciaux en situation de finalisation : détectez les feux verts, concluez et confortez la relation

V402 - Commerciaux Experts Augmentez vos taux de fidélisation et de transformation grâce au langage des couleurs.



V403 - Identifiez dans votre portefeuille vos meilleures références et vos futurs prescripteurs. Transformez-les en « coopteurs ».

V404 - Entrainez-vous à la conclusion en 3D (acheteur-vendeur -observateur)



VENDRE

Comment améliorer sa présence et sa performance terrain ?

Formations :

V 101 : **Commerciaux : Préparez et réussissez vos Plans d'Actions Mensuelles (PAM) de façon à atteindre vos objectifs en fidélisant son top 10, développant ses clients actifs, redynamisant les abandonnistes, en prospectant de nouveaux clients, en partant à la reconquête d'anciens clients**

V 102 : **Commerciaux : Affutez vos talents commerciaux : Préparez-vous, ciblez et préparez vos rendez-vous**

V 103 : **Commerciaux : Mesurez la satisfaction de vos clients et traitez les litiges et réclamations pour mieux les fidéliser**

V 104 : **Vendez et négociez avec des grands comptes.**

V 105 : **Assistant(es) Commercial(es) : Exploitez tout votre talent commercial**

V 106 : **Commerciaux sédentaires et itinérants : Appliquez les grands principes de l'Art de la guerre initié par Sun Tsu pour exploiter toutes les opportunités de développer ensemble le CA**

1 jour pour préparer et réussir ses PAM 

V 101 : Commerciaux : Préparez et réussissez vos Plans d'actions Mensuelles

Objectifs :

- Faire une analyse sans concession de l'existant de façon à identifier les atouts et les faiblesses de son secteur et de son portefeuille
- Définir une stratégie de développement de façon à atteindre ses objectifs

Contenu pédagogique :

1) Faire une analyse de l'existant de façon à identifier les atouts et faiblesses de son secteur et de son portefeuille
   a) Mettre en évidence les objectifs à atteindre (quantitatifs et qualitatifs)
   b) Appréhender son secteur sur la base du réalisé et/ou du potentiel accessible
   c) Repartir son portefeuille en déclinant les clients en différentes catégories : les clients porteurs, le matelas des clients actifs : les clients en développement, les clients constants, les déclinants et les « abandonnistes »
   d) Apprécier les résultats sur le portefeuille clients au regard des objectifs à atteindre
   e) Mesurer le MAG (manque à gagner) par rapport aux objectifs fixés
   f) Déterminer les cibles utiles parmi les prospects connus sur lesquels il convient de tabler de façon à atteindre l'objectif visé : entre nouveaux clients, prospects cibles non contactés précédemment et anciens clients

2) Définir une stratégie de développement et de conquête de façon à atteindre ses objectifs
   a) Apprécier les actions à mettre en œuvre pour tenir ses objectifs en privilégiant des actions spécifiques pour chacune des cibles visées : le top 10, le matelas des 4 typologies de clients actifs, les prospects ciblés
   b) Evaluer l'ensemble des moyens et ressources disponibles permettant de réaliser l'ensemble des actions prévues (internes et externes) dans les délais prévus
   c) Viser l'efficience de l'approche « terrain » : entre contacts faits en direct ou gérés via des ressources propres internes ou externes (du commando terrain aux actions mailing ou phoning)
   d) Avoir une visibilité claire de son propre planning pour maximiser ses relations clients
   e) Organiser ses tournées et optimiser ses déplacements selon la méthode préconisée par son organisation (spirale, trèfle, marguerite ou zigzag)
   f) Utiliser à bon escient son capital visites en organisant sa prospection entre nouveaux arrivants et prospects utiles non démarchés précédemment autour de clients fidèles
   g) S'éviter des journées « punition » ou « leçon de morale » et gérer les imprévus
   h) Prévoir des solutions de repli face à des situations de « non-respect » de sa propre clef de répartition
   i) Rendre compte et valider la bonne réalisation des actions déléguées en prenant en considération les difficultés éventuellement rencontrées par les tiers associés pour ne pas reproduire les mêmes erreurs sur les prochains PAM



1 jour pour mieux préparer son action commerciale et ses entretiens

V 102 : Commerciaux : Affutez vos talents commerciaux : préparez-vous, ciblez et préparez vos rendez-vous

Objectifs :

- Comprendre l'importance de la préparation dans la mise en confiance du client
- Optimiser sa préparation

Contenu pédagogique :

1) Comprendre l'importance de la préparation
   a) Les objectifs de la préparation et enjeux pour le vendeur
      - Cibler ses actions
      - Préparer ses entretiens de vente et ses scripts
      - Créer sa boite à outil
   b) Les principes à respecter
      - Lutter contre ses limitations mentales
      - Se préparer psychologiquement pour chaque entretien
      - Reconnaître et accepter sa personnalité de façon à prendre conscience de l'impact de sa « présence »
      - Se procurer et utiliser à bon escient des outils d'aide à la vente

2) Optimiser sa préparation
   a) La préparation psychologique
      - En finir avec ses limitations mentales et être conscient de ses propres préjugés et à priori justifiant le fait de ne pas avoir besoin de préparer ses entretiens de vente
      - En finir avec ses propres illusions, ou ses croyances et reconnaître chez soi un manque de confiance en soi, un sentiment d'avoir toujours raison ou de joueur de malchance
   b) La préparation personnelle
      - Reconnaître et accepter sa personnalité et son profil de vendeur
      - Identifier ses atouts et ses failles dans le cycle de vente et la démarche de vente (plutôt chasseur ou plutôt développeur)
   c) La préparation physique
      - Comprendre l'impact de notre forme physique, notre aspect et de notre « représentation » sur la relation avec autrui
      - Comprendre que tout est vecteur d'image au-delà de notre apparence et de de nos comportements
   d) La préparation pratique
      - Se procurer et utiliser à bon escient les outils d'aide à la vente
      - S'aider dans sa prise de décision des outils de GRC



1 jour pour améliorer la satisfaction client 

V 103 : Commerciaux : Mesurez la satisfaction de vos clients et traitez les litiges et réclamations pour mieux les fidéliser

Objectifs :

- Evaluer sa performance au travers de la satisfaction client
- Mettre en place une stratégie de fidélisation autour de la satisfaction client
- Traiter les réclamations et les litiges client

Contenu pédagogique :

1) Evaluer sa performance au travers de la « satisfaction client »

   a) S'accorder sur les liens entre satisfaction et fidélité, entre satisfaction et attachement

   b) Valider les facteurs de satisfaction et de « non satisfaction » de nos clients autour de la notion de service reçu par rapport au service attendu

   c) Valider le traitement de niveaux de services attendus au travers des angles d'analyse choisis pour déceler les points critiques par rapport aux leviers de la fidélisation

2) Mettre en place une stratégie de fidélisation autour de la satisfaction client

   a) Déterminer les cibles et fixer les règles du jeu

   b) Mettre en place les « essentiels » et les outils de veille des clients et prospects

   c) Vérifier la cohérence des moyens mis en œuvre par rapport au potentiel d'évolution des clients

   d) Fixer la récompense de la fidélité

3) Traiter les litiges et les réclamations clients

   a) Dédramatiser une situation de litige ou de réclamation

   b) Gérer par la méthode EQE une réclamation au téléphone

   c) Gérer en direct la réclamation en face à face en adoptant 10 réflexes essentiels à la restauration d'une relation de confiance

   d) Traiter les réclamations par écrit selon la démarche CARA



1 jour pour bâtir une stratégie gagnante

et développer son portefeuille comptes clefs 

V 104 : Vendre et négocier avec des grands comptes.

Objectifs :

- Pratiquer l'art de l'opportunisme et construire sa stratégie de conquête
- Prospecter et s'introduire chez un compte clef
- Etoffer son portefeuille

Contenu pédagogique :

1) Pratiquer l'art de l'opportunisme et construire sa stratégie de conquête
   a) S'approprier les éléments ouvertement disponibles en amont
   b) Intégrer les facteurs d'ordre et de désordre chez un grand compte
   c) Appréhender la logique et le mode de fonctionnement d'un compte clé
      - Les différents modes d'organisation des prises de décision et des achats
      - Les grandeurs et frustrations des acheteurs d'un compte clé
      - Les profils et pouvoir des acheteurs
      - La tyrannie financière ou la logique de la satisfaction
   d) Définir sa stratégie de conquête
      - L'esprit ou la lettre
      - Le choix du go /no go sur une affaire
      - L'appréciation opportunités / risque et coût
      - Les limites en matière d'investissement initial
      - Le choix du terrain de jeu

2) Prospecter et s'introduire chez un compte clé
   a) Capitaliser sur les rencontres avec les opérationnels (utilisateurs, consommateurs, techniciens)
   b) Mener avec succès les entretiens auprès des acheteurs
   c) Organiser son plan de contact avec les opérationnels, les acheteurs, les décideurs,
   d) Elargir les frontières à l'intérieur du compte
   e) Ecrire une offre orientée client
   f) Suivre le rituel d'un oral en short-list
   g) Mener avec brio sa présentation et une négociation

3) Etoffer son portefeuille compte-clefs
   a) Faire le choix du terrain de jeu en amont
   b) Appliquer la méthode des 3P pour faire son marché
   c) Entreprendre les démarches utiles pour étoffer son portefeuille compte clefs
   d) Utiliser à bon escient les NTIC et diverses ressources disponibles pour exister chez tous ses contacts comptes-clefs



2 + 1 jours pour prendre la dimension commerciale du poste d'assistant

V 105 : Assistant(es) Commercial(es) :
Exploitez toute votre dimension commerciale.

Objectifs :

- Intégrer les enjeux et les caractéristiques de la fonction pour bien se situer dans la fonction et les missions d'un(e) assistant(e) commercial(e) :
- Mieux se connaître pour développer ses capacités relationnelles
- Prendre en charge la relation client en interne
- Développer le CA par une démarche active de présentation d'offres commerciales et de finalisation des ventes auprès de clients ciblés

Contenu pédagogique :

1) Intégrer les enjeux et les caractéristiques de la fonction pour bien se situer dans la fonction et les missions d'un(e) assistant(e) commercial(e) :

   a) Clarifier ses missions, rôles et responsabilités comme gestionnaire de l'information et facilitant des relations internes et externes
   b) Se situer au sein de son service par rapport à son manager et ses collègues

2) Mieux se connaître pour développer ses capacités relationnelles :

   a) Identifier ses atouts et ses axes de progrès dans son style et son mode de communication verbale et non verbale
   b) Acquérir de nouveaux modes relationnels pour gagner en flexibilité :

3) Prendre en charge la relation client en interne :
   a) Prendre en charge l'appel entrant du client : donner bonne impression alors que rien ne se voit mais tout s'entend - traiter les appels : décrocher - se présenter - identifier le correspondant - apprécier l'objet de l'appel - mettre en attente ou traiter l'appel - identifier les demandes et les gérer - poser les bonnes questions et écouter - choisir son vocabulaire et sourire au téléphone - prendre un message de façon claire et complète - le transmettre au bon interlocuteur
   b) Gérer les situations pénibles au téléphone : canaliser les bavards - prendre congés sans vexer - réagir face à de l'agressivité - gérer une frustration, un litige ou une réclamation dans les limites de son champ d'action :

4) Développer le CA par une démarche active de présentation d'offres commerciales et de finalisation des ventes auprès de clients ciblés
   a) Lever ses propres freins et positiver la démarche
   b) Préparer et participer à l'action commerciale en conseillant et vendant au téléphone
   c) Suivre ses actions et compléter les outils de CRM




1 jour pour être une équipe gagnante qui développe le CA 

V 106 : Commerciaux sédentaires et itinérants :
Appliquez les grands principes de l'Art de la guerre initié par Sun Tsu pour exploiter toutes les opportunités de développer ensemble le CA.

Objectifs :

- Appliquer les 13 principes initiés par Sun Tsu pour repenser totalement le management de son secteur et mettre en place une stratégie de (re)conquête des clients et prospects face à ses concurrents directs

Article 01 : De l'évaluation (ou l'importance du SWOT pour faire l'état des lieux)
Article 02 : De l'engagement (ou la conduite de la guerre entre défense et attaque face à ses concurrents directs)
Article 03 : Des propositions de la victoire et de la défaite (ou l'art de mener à bien une stratégie offensive pour utiliser toutes les ressources disponibles pour rien rater et être présent au maximum dans la relation clients)
Article 04 : De la mesure dans la disposition des moyens (ou l'utilisation optimale des ressources disponibles : le commercial itinérant - l'assistant(e) commerciale - le manager - l'expert - le marketing ...)
Article 05 : De la contenance (ou l'utilisation des outils CRM pour suivre à tout instant les relations clients et prospects)
Article 06 : Du vide et du plein (ou les conditions d'utilisation pour que chacun puisse se servir de façon optimale de l'outil CRM)
Article 07 : De l'affrontement direct et indirect (Les qualités et comportements attendus chez chacun pour que le jeu soit parfait entre relations directes en face à face ou au téléphone ou en relations indirects par une gestion et une traçabilité optimale du suivi client (mails, bons de commande,...)
Article 08 : Des 9 changements (les grands principes à respecter pour s'adapter et rester mobilisé face à ses concurrents directs et indirects)
Article 09 : De la distribution des moyens (les comportements à adopter pour garder l'avantage du terrain et ce qu'il ne faut pas faire lorsque l'on est leader)
Article 10 : De la topologie (les comportements à adopter pour reprendre l'avantage du terrain et ce qu'il ne faut pas faire lorsque l'on est challenger)
Article 11 : Des 9 sortes de terrain (adopter les bons réflexes selon le terrain de jeu sur lequel on se trouve : du plus facile au plus exposé)
Article 12 : De l'art d'attaquer par le feu (et l'eau pour gagner en puissance
Article 13 : De la concorde et de la discorde (ou l'art de favoriser chez soi la concorde et de semer la discorde chez ses concurrents directs et indirects



VENDRE

Comment renforcer la confiance d'un client et/ou créer un climat favorable avec un prospect ?

Formations :

V 201 : **Commerciaux Juniors ou Nouvellement Embauchés - Affutez vos talents commerciaux en situation de mise en confiance (prise de contact - présentation de soi et de son entreprise)**

V 202 : **Commerciaux Experts - Retrouvez un nouveau souffle dans votre approche clients et dans la mise en confiance de vos prospects grâce au langage des couleurs**

V 203 : **Commerciaux Juniors ou Nouvellement Embauchés - Affutez vos talents commerciaux en situation d'identification des besoins (découverte - diagnostic)**

V 204 : **Commerciaux Experts - Repartez à la découverte de vos clients et prospects grâce au langage des couleurs**

V 205 : **Personnels d'Accueil, Téléopérateurs et Télévendeurs Professionnalisez votre accueil physique et/ou téléphonique et votre relation clients/prospects**

V 206 : **Commerçants : vendez plus, vendez à plus et vendez mieux dans votre boutique grâce au langage des couleurs**

V 207 : **Démonstrateurs : vendez plus, vendez à plus et vendez mieux en salon, en foire ou en galerie marchande grâce au langage des couleurs**

Simulation :

V 208 : **Entraînez-vous à la découverte en 3D (acheteur - vendeur - observateur)**

1 jour pour réussir ses prises de rendez-vous et de contact

V 201 : Commerciaux Juniors - Affutez vos talents commerciaux en phase de mise en confiance : Réussissez vos prises de rendez-vous et vos premiers contacts

Objectifs :

- Se préparer et réussir ses prises de rendez-vous au téléphone
- Créer la confiance au premier contact en face à face
- Mobiliser l'attention lors de la présentation de son entreprise

Contenu pédagogique :

1) Se préparer et réussir ses prises de rendez-vous au téléphone
   a) Les objectifs et enjeux d'une prise de contact au téléphone
      - Entrer en relation avec les personnes susceptibles d'avoir besoin de ses solutions
      - Capter l'attention et amener l'autre à s'investir dans la relation au téléphone
      - Obtenir le but visé
   b) Les principes à respecter
      - Comprendre les spécificités de la relation commerciale au téléphone
      - Collecter des informations utiles en amont
      - Adopter les bonnes attitudes pour prendre contact et franchir les barrages éventuels
      - Respecter une démarche structurée (respecter les 7 étapes d'un appel sortant)
      - Utiliser un script impactant pour donner l'envie au contact d'aller plus loin et obtenir le rdv escompté
   c) Quelques bons réflexes pour optimiser sa prise de contact par téléphone
      - Etre en relation et gérer son stress et les imprévus
      - Rédiger son plan d'appel, son script ou guide d'entretien
      - Imaginer les réponses appropriées aux barrages et objections formulées

2) Créer la confiance au premier contact en face à face
   a) Les objectifs et enjeux de la phase d'introduction et de présentation lors d'un premier face à face avec un client/prospect
      - Faire bonne impression dès les premiers instants
      - Entrer en relation et réussir son accroche
      - Rencontrer l'interlocuteur souhaité
      - Lui donner l'envie de poursuivre l'entretien et de construire une relation future
   b) Les principes à respecter
      - Jouer de ses atouts pour établir le contact ((les 4 A) et installer la relation (les 4 X 20)
      - Maitriser le processus d'introduction après une prise de rdv (les 4 étapes)
      - Maitriser le processus d'introduction en cas de prospection directe (les 7 étapes)
   c) Quelques bons conseils en matière de présentation de soi et de son entreprise
      - Jouer la carte de l'empathie au plus près de la logique du client
      - Parler de soi et de son entreprise sans aborder explicitement la gamme



1 jour pour redynamiser ses prises de rendez-vous et de contact 

V 202 : Commerciaux Experts : Retrouvez un nouveau souffle dans votre approche clients et dans la mise en confiance de vos prospects grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Faire le constat de l'existant
- Augmenter son impact lors de ses contacts téléphoniques
- Augmenter la mise en confiance dans ses prises de contact et ses présentations
- Mobiliser plus l'attention de ses interlocuteurs lors de sa présentation

Contenu pédagogique :

En utilisant l'expérience et le vécu de la relation clients de chacun

1) Faire le constat de l'existant

   a) Faire le constat de l'existant en matière de performance
      - Sur sa capacité à être consulté en 1er lieu
      - Sur sa capacité à prendre le leadership dans la relation commerciale
      - Sur sa capacité à faire la différence par rapport à la concurrence dans l'approche commerciale et l'utilisation des techniques de vente

   b) Faire le constat de l'existant en matière de compétence (et de motivation)
      - En termes de savoir
      - En termes de savoir faire
      - En termes de savoir être (et de faire savoir)

2) Pourquoi et comment augmenter son impact lors de ses contacts téléphoniques

   a) Gagner en force de persuasion lors de démarches de fidélisation au téléphone lors d'appels sortants
      - Auprès de clients pour des prises de rendez-vous ou des ventes au téléphone
      - Auprès de prospects pour des prises de contact et des demandes de rdv

   b) Faire preuve de plus de discernement et de réactivité lors d'appels entrants
      - Auprès de clients pour des demandes d'informations/renseignements ou la gestion de litiges ou de réclamations
      - Auprès de prospects pour des demandes d'informations/renseignements ou des prises de rdv



3) Pourquoi et comment augmenter la mise en confiance dans ses phases de prise de contact et de présentation

   a) Trouver les bons angles pour :
      - Entrer en contact,
      - Exploiter les fausses barbes et les dissimulations tactiques du client
      - Eviter de parler trop vite de ses solutions

   b) S'ouvrir les portes permettant de :
      - Identifier la personnalité du prospect dès les 1ers instants de la mise en relation afin de créer un climat de confiance
      - Construire la relation future

4) Pourquoi et comment mobiliser plus l'attention de ses interlocuteurs lors de ses présentations de l'entreprise et/ou de soi-même

   a) Adopter un comportement projectif lors de ses présentations afin de :
      - Refaire l'historique des actions passées
      - Annoncer les changements et nouveautés chez ses clients

   b) Trouver le meilleur comportement pour susciter l'intérêt lors de la présentation face à un prospect en adaptant ses attitudes et comportements aux couleurs de chacun



2 jours pour réussir ses découvertes et établir un diagnostic

V 203 : Commerciaux Juniors - Affutez vos talents commerciaux en phase d'identification des besoins : appréciez la situation et diagnostiquez les besoins et les motivations d'achat des clients/prospects

Objectifs :

- Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S2 : les étapes de découverte et de diagnostic
- Identifier les besoins et les motivations d'achat
- Effectuer le bon diagnostic

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S2 : les étapes de découverte et de diagnostic
   a) Les objectifs et enjeux de la phase S2 :
      - Valider la pertinence des informations connues en amont
      - Compléter les informations connues en amont lors d'un entretien de découverte
      - Effectuer un bon diagnostic

   b) Les principes à respecter pour effectuer une bonne phase S2 :
      - Prendre conscience des conséquences d'une bonne ou d'une mauvaise découverte sur la suite de la démarche commerciale (diagnostic - argumentation - conclusion)
      - Vouloir, pouvoir et savoir qualifier un prospect ou un client (ou l'art de suivre un plan de découverte à travers la méthode CRAC)
      - Se mettre dans la peau d'un détective (les techniques d'investigation : l'écoute du verbal et du non verbal, le questionnement, le silence, les techniques d'assimilation et de mémorisation : la reformulation, la mémorisation visuelle – auditive et par prise de notes)
      - Appliquer la technique de l'entonnoir (la prise d'informations – la validation – les points d'appui)

2) Identifier les besoins et les motivations d'achat
   a) Identifier la situation/le contexte/le projet
   b) Cerner l'interlocuteur rencontré
   c) Appréhender le circuit et le processus de décision

3) Effectuer le bon diagnostic
   a) Imaginer le panel des solutions possibles
   b) Repérer les points d'ancrage et les points de blocage
   c) Opter pour le bon scénario
   d) Penser à son script (faire un devis vendeur)



1 jour pour gagner en crédibilité en optant pour le meilleur scénario

V 204 : Commerciaux Experts : Repartez à la découverte de vos clients et prospects grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Ne pas oublier l'importance de la découverte client
- Etre plus flexible pour obtenir plus d'informations sur le client/prospect avant et/ou pendant le face à face
- Affiner son diagnostic

Contenu pédagogique :

En utilisant l'expérience et le vécu de la relation clients de chacun

1) Pourquoi et comment ne pas oublier l'importance de la découverte

   a) Repérer les enjeux d'une découverte réussie à travers son expérience : les situations favorables et les situations défavorables
   b) Remettre à plat les conséquences d'une bonne et d'une mauvaise découverte pour la suite de la démarche commerciale

2) Etre plus flexible pour obtenir plus d'informations sur le client/prospect avant et/ou pendant le face à face

   a) Etre plus centré sur l'autre et sur son environnement et moins centré sur l'identification des besoins (même si c'est cela qui vous intéresse le plus)
   b) Traduire un plan de découverte à travers un questionnement plus habile
   c) Etre plus encore dans une véritable démarche d'écoute active du verbal et du non verbal
   d) Adopter le silence dans sa stratégie de découverte des besoins pour permettre à l'autre de s'exprimer totalement
   e) Reformuler à bon escient pour les personnalités qui l'apprécient et éviter de le faire pour celles pour qui la reformulation est moins bien vécue
   f) Passer de l'écoute à l'entendement à travers sa prise de notes

3) Affiner son diagnostic

   a) Transformer ses points de découverte des besoins, moyens et désirs en un diagnostic orienté solution (possibilité ou non de jeu sur un effet de gamme : gamme prima - gamme optima – gamme supra, préconisation ou non de choix optionnels)
   b) Opter pour le bon scénario parmi les 4 scénarii possibles : vente relationnelle, vente d'expertise, vente consultative, vente offensive
   c) Vider SONSAC pour mieux bâtir son script et faire des devis plus vendeurs



1 jour pour professionnaliser le poste et le personnel d'accueil

V 205 : Personnels d'Accueil et Téléopérateurs - Professionnalisez votre accueil physique et/ou téléphonique et la relation client

Objectifs :

- Comprendre l'importance de l'accueil physique ou téléphonique dans la relation client
- Se poser les bonnes questions sur la qualité de l'accueil et les points de vigilance permettant d'augmenter la satisfaction client
- Adopter les bons comportements face à des personnalités plus difficiles à gérer à l'accueil

Contenu pédagogique :

1) Comprendre l'importance de l'accueil physique ou téléphonique dans la relation client

   a) Cerner les attentes d'un client aujourd'hui

   b) Situer l'accueil en général et le poste d'accueil en particulier dans la relation client

   c) Remettre le poste d'accueil au centre de la relation dans la mesure où il véhicule la première image de l'entreprise

2) Se poser les bonnes questions sur la qualité de l'accueil et les points de vigilance permettant d'augmenter la satisfaction client

   a) Le poste d'accueil et le personnel d'accueil observé sur la base du QQQOCCP

   b) Le personnel d'accueil observé sur sa capacité à bien réceptionner ou mettre en attente le client/prospect

   c) Le personnel d'accueil observé sur sa capacité à prendre en charge et accompagner son interlocuteur ou l'orienter vers le bon destinataire

   d) Le personnel d'accueil observé sur sa capacité à transmettre les bonnes informations et/ou gérer des litiges et réclamations en direct

3) Adopter les bons comportements face à des personnalités plus difficiles à gérer à l'accueil

   a) Le personnel d'accueil face à un hésitant, face à un imprécis, face à un bavard ...

   b) Le personnel d'accueil face à un agressif, face à la mauvaise foi ...

   c) Adopter les bons réflexes dans la gestion des litiges et des réclamations



V 206 : Commerçants : vendez plus, vendez à plus et vendez mieux dans votre boutique grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Découvrir la méthode
- Comprendre le langage des couleurs
- Identifier son profil
- Etre en relation avec les autres et s'adapter aux couleurs

Contenu pédagogique :

1) Découvrir la méthode
   a) L'intérêt de la méthode : une méthode universelle, neutre, simple et facile d'accès
   b) Universelle, la preuve : les images suggestives du rouge, du jaune, du vert, du bleu
   c) Neutre, la preuve : les 4 saisons et les 4 éléments
   d) Simple sans être simpliste, la preuve : les 4 couleurs, les 8 profils, les 68 positions...
   e) Facile d'accès, la preuve : les comportements révél'acteurs

2) Comprendre le langage des couleurs
   a) Les qualités des défauts et les défauts des qualités de chaque couleur
   b) La perception des uns par les autres

3) Identifier son profil de vendeur
   a) Ses 2 styles : son style naturel et son style adapté
   b) Sa position dans la Roue
   c) Les clefs de son succès et les comportements à risques dans la relation avec un visiteur

4) Etre en relation avec les autres et s'adapter aux couleurs
   a) Reconnaître l'autre à travers ses attitudes et comportements dans sa boutique
   b) Apprécier les relations entre les couleurs : des plus fusionnelles à celles qui le sont moins
   c) Adapter son comportement en fonction de la préférence de l'autre et mieux communiquer avec les autres dès qu'ils « entrent » dans notre territoire
   d) Comprendre les comportements attendus par le visiteur selon sa couleur dominante dans toutes les phases de la relation avec un commerçant dans sa boutique :
      - S1 : L'accueil : le sourire, le regard, les postures attendues, les comportements escomptés, la recherche d'un premier accord
      - S2 : L'exploitation de la mise en relation : l'observation et l'adaptation au visiteur, la découverte des besoins et des motivations d'achat du visiteur
      - S3 : La préconisation : la présentation des produits, le rôle de conseil pour l'accompagner dans ses choix
      - S4 : La vente du prix, la recherche d'un accord, le sens du détail jusqu'au bout (vente additionnelle ou suggestive), la finalisation d'un accord, l'accompagnement en caisse, l'encaissement, l'emballage, la prise de congés



2 jours pour reconnaître son profil de démonstrateur et vendre plus

V 207 : Démonstrateurs : vendez plus, vendez à plus et vendez mieux dans une foire, un salon, en galerie marchande grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Découvrir la méthode
- Comprendre le langage des couleurs
- Identifier son profil
- Etre en relation avec les autres et s'adapter aux couleurs

Contenu pédagogique :

1) Découvrir la méthode
   a) L'intérêt de la méthode : une méthode universelle, neutre, simple et facile d'accès
   b) Universelle, la preuve : les images suggestives du rouge, du jaune, du vert, du bleu
   c) Neutre, la preuve : les 4 saisons et les 4 éléments
   d) Simple sans être simpliste, la preuve : les 4 couleurs, les 8 profils, les 68 positions...
   e) Facile d'accès, la preuve : les comportements révél'acteurs

2) Comprendre le langage des couleurs
   a) Les qualités des défauts et les défauts des qualités de chaque couleur
   b) La perception des uns par les autres

3) Identifier son profil et passer de la personne au personnage
   a) Ses 2 styles : son style naturel et son style adapté
   b) La position dans la Roue
   c) Les clefs de son succès et les comportements à risques dans la relation avec ses clients

4) Etre en relation avec les autres et s'adapter à ses couleurs
   a) Reconnaître l'autre à travers ses attitudes et comportements en foire, en salon ou dans une galerie marchande
   b) Apprécier les relations entre les couleurs : des plus fusionnelles à celles qui le sont moins
   c) Adapter son comportement en fonction de la préférence de l'autre et mieux communiquer avec les autres dès qu'ils « entrent » dans notre territoire
   d) Comprendre les comportements attendus par le client selon sa couleur dominante dans toutes les phases de la relation entre un visiteur et un démonstrateur en foire, salon ou galerie marchande :

      S1 : La prise de contact, la captation et la création de la relation : l'accueil, le sourire, le regard, les postures attendues, les comportements escomptés, la recherche d'un premier accord

      S2 : L'exploitation de la mise en relation : l'observation et l'adaptation au visiteur, la découverte des besoins et des motivations du visiteur

      S3 : Le rôle de conseil et de « capteur » du démonstrateur

      S4 : La transformation de la visite en rdv client, la finalisation d'un accord, la prise de congés et le sens du détail jusqu'au bout



1 jour pour s'entraîner à mieux découvrir 

V 206 : Entraînez-vous à la découverte en 3 Dimensions (acheteur - vendeur - observateur)

3 Dimensions = Dimension 1 : l'Acheteur

Dimension 2 : le Vendeur

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

Faire vivre aux participants une journée de découverte aussi proche que possible de la réalité à travers des séquences de préparation et de réalisation d'entretiens de face à face avec de vrais faux acheteurs professionnels en vente offensive ou consultative auprès de prospects, en vente d'expertise ou en vente relationnelle auprès de clients

Principes :

- Faire jouer son propre rôle à chacun des participants
- Mettre l'Acheteur et le Vendeur en situations d'entretien de découverte
- Faire vivre plusieurs jeux de rôles sur des situations de découverte différentes pendant lesquelles le vendeur devra appréhender les différents aspects du SIC : la Situation - l'Interlocuteur - le Circuit et processus de décision
- Leur faire prendre conscience des écarts entre le « voulu » par le Vendeur et le « reçu/perçu » par l'Acheteur
- Etablir avec les vendeurs leur plan de progrès en fonction des observations et des commentaires obtenus des acheteurs ou observateurs et transcrits sur les grilles d'appréciations

Option : Cette démarche peut être entreprise avec le langage des couleurs



VENDRE

Comment valoriser son offre et susciter l'envie ?

Formations :

V 301 : Commerciaux Juniors ou Nouvellement Embauchés - Affutez vos talents commerciaux en situation de présentation de solutions : préconisez la bonne solution, justifiez votre offre et votre prix, traitez les objections

V 302 : Commerciaux Experts - Gagnez en impact et en crédibilité dans vos préconisations grâce au langage des couleurs

V 303 : Commerciaux Juniors ou Nouvellement Embauchés - Appréhendez la négociation dans un rapport gagnant-gagnant : négociez et défendez vos marges

V 304 : Commerciaux Experts - Soyez plus forts dans vos négociations et la défense de vos marges grâce au langage des couleurs

Simulations :

V 305 : Entraînez-vous à l'argumentation et au traitement des objections en 3D (acheteur - vendeur - observateur)

V 306 : Entraînez-vous à la défense du prix et à la négociation en 3D (acheteur - vendeur - observateur)

2 jours pour présenter son offre, conseiller et convaincre

V 301 : Commerciaux Juniors - Affutez vos talents commerciaux en situation de présentation de vos solutions : préconisez la bonne solution, justifiez votre offre et votre prix, traitez les objections

Objectifs :

- Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S3 : les étapes d'argumentation et de présentation de son offre et de ses solutions et de vente de son prix
- Construire un devis vendeur
- Vendre son offre et traiter les objections sur les solutions
- Vendre le prix et traiter les objections prix

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S3 : les étapes d'argumentation et de présentation de son offre et de ses solutions et de vente de son prix
   a) Présenter son offre à travers un devis vendeur
   b) Vendre sa solution en étant moins apporteur de solution et plus déclencheur d'envie
   c) Traiter les objections sur les solutions et sur le prix
2) Construire un devis vendeur
   a) Les objectifs et enjeux
      - Mettre en évidence une offre et un prix
      - Susciter l'envie
   b) Les principes à respecter (la méthode CARA)
      - **C** : rappeler le **C**ontexte et les enjeux par quelques mots d'accroche
      - **A** : exprimer les **A**ttentes visées par le client (besoins)
      - **R** : formuler une **R**éponse adaptée (en démontrant la pertinence de la solution au regard des besoins et moyens identifiés (la prise en considération des contraintes et des freins psychologiques)
      - **A** : mettre en évidence les **A**vantages de son offre en transposant les caractéristiques techniques en avantages de la solution et les avantages de la solution bénéfices clients puis susciter l'adhésion par un questionnement visant à le faire réagir)
3) Vendre son offre et traiter les objections sur les solutions
   a) Aborder sa préconisation en la mettant en scène dans l'optique du client : donner le CAP pour mieux s'en évader
   b) Passer d'une approche conseil à une démarche d'engagement
   c) Opter pour le bon scénario
   d) Utiliser à bon escient 2 techniques de vente persuasive selon le scénario rencontré
4) Vendre le prix et traiter les objections prix
   a) Fixer les règles du jeu
   b) Adopter une démarche constructive pour vendre son prix
   c) Déceler les réserves ou préoccupations du client lorsque celui-ci vous écoute développer vos arguments (non-dits ou objections)
   d) Adopter les attitudes gagnantes face aux questions, hésitations ou préoccupations du client



1 jour pour mieux présenter son offre, conseiller et convaincre

V 302 : Commerciaux Experts - Gagnez en impact et en crédibilité dans vos préconisations grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Mieux mettre en scène son diagnostic à travers un devis vendeur
- Opter pour le bon scénario en phase d'argumentation
- Adopter la bonne stratégie pour mieux présenter son offre et vendre son prix

Contenu pédagogique :

En utilisant l'expérience et le vécu de la relation clients de chacun

1) Pourquoi et comment mieux mettre en scène son diagnostic à travers un devis vendeur
   a) Les objectifs et enjeux
      - Mettre en évidence une offre et un prix
      - Susciter l'envie
   b) Les principes à respecter (la méthode CARA)
      - **C** : rappeler le **C**ontexte et les enjeux par quelques mots d'accroche
      - **A** : exprimer les **A**ttentes visées par le client (besoins)
      - **R** : formuler une **R**éponse adaptée (en démontrant la pertinence de la solution au regard des besoins et moyens identifiés (la prise en considération des contraintes et des freins psychologiques)
      - **A** : mettre en évidence les **A**vantages de son offre en transposant les caractéristiques techniques en avantages de la solution et les avantages de la solution bénéfices clients puis susciter l'adhésion par un questionnement visant à le faire réagir)

2) Pourquoi et comment opter pour le bon scénario face à un client ou un prospect
   a) Scénario 1 : la vente relationnelle : quand, comment, pourquoi
   b) Scénario 2 : la vente d'expertise : quand, comment, pourquoi
   c) Scénario 3 : la vente consultative : quand, comment, pourquoi
   d) Scénario 4 : la vente offensive : quand, comment, pourquoi

3) Pourquoi et comment adopter la bonne stratégie pour présenter son offre et vendre son prix
   a) Les étapes psychologiques à franchir pour passer d'une logique de présentation de l'offre et du prix à une démarche d'engagement
   b) Les comportements attendus chez le vendeur confirmé dans la présentation de l'offre et la vente du prix (préconisation – argumentation - traitement des objections : 4 stratégies face aux objections les 8 techniques de réponse sur la solution et les 4 techniques de réponse sur le prix)
   c) Les réflexes chronordonnés de la part de l'acheteur face à la démonstration du vendeur (les questions qu'il se pose – les frustrations qu'il exprime à travers ses objections – les non-dits)

   Remarque : La journée peut être construite sur les mêmes bases sur des mises en situation pour les 2 scénarii de vente chez un prospect : la vente offensive et la vente consultative et/ou de vente chez un client : la vente relationnelle et la vente d'expertise



1 jour pour mieux négocier face à un acheteur professionnel

V 303 : Commerciaux Juniors - Appréhendez la négociation dans un rapport gagnant-gagnant : négociez et défendez vos marges

Objectifs :

- Définir et comprendre ce qu'est et ce que n'est pas une négociation
- Se poser les bonnes questions avant pour réussir sa négociation en face à face avec un client ou un prospect
- Mener une négociation aboutie

Contenu pédagogique :

1) Définir et comprendre ce qu'est et ce que n'est pas une négociation
   a) Les objectifs et enjeux de toute négociation commerciale
      - Mettre en évidence les points d'accords partiels
      - Identifier les points de blocage
      - Les lever
      - Finaliser un accord global
   b) Les principes à respecter
      - Intégrer les différents aspects essentiels de la psychologie en situation de négociation : l'état d'esprit des différents interlocuteurs, le pouvoir réel de décision de chacun
      - Elaborer sa grille de négociation et son BATNA
      - Appréhender la négociation au regard des 6 leviers du rapport de force
      - Chercher à rendre l'accord plus facile que le désaccord
      - Mettre en œuvre une démarche gagnant – gagnant pour finaliser l'accord
2) Se poser les bonnes questions avant pour réussir sa négociation pendant un face à face avec un client ou un prospect
   a) Dans quel état d'esprit se trouve l'acheteur. Pourquoi et comment l'inciter à vouloir négocier
   b) Quel est son réel pouvoir de décision. Pourquoi et comment s'assurer de la pertinence de la perception du processus de décision
   c) Quel est la marge de manœuvre possible. quel est le BATNA. Quelles sont les possibilités d'ouverture, les situations de blocage, les solutions de repli
   d) Quels sont les facteurs favorables et plus défavorables dans le rapport de force. Sur quels leviers agir pour renforcer sa position et comment inverser la tendance
   e) Elaborer sa « grille de négociation » et son BATNA en cherchant à rendre l'accord plus facile que le désaccord
3) Mener une négociation aboutie en pesant le RISQ
   a) Renforcer l'impact de ses propositions
   b) Isoler les contrarguments avancés à partir des leviers défavorables
   c) Stabiliser l'échange en respectant les règles d'or de la négociation, en répondant habilement aux ruses et stratagèmes utilisés de façon courante par un acheteur professionnel pour déstabiliser le vendeur afin d'aboutir à un accord
   d) Quitter la négociation lorsque le blocage est avéré tout en préservant la relation future



1 jour pour mieux négocier face à un acheteur professionnel 

V 304 : Commerciaux Experts – Soyez plus forts dans vos négociations et la défense de vos marges grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Mieux vivre les situations de négociation
- Mieux préparer ses négociations pour ne pas tomber dans les pièges tendus par des acheteurs aguerris
- Mener une négociation aboutie en vente consultative ou en vente offensive

Contenu pédagogique :

En utilisant l'expérience et le vécu de la relation clients de chacun

1) Mieux vivre les situations de négociation
   a) Définir et comprendre ce qu'est et ce que n'est pas une négociation
   b) Apprécier les facteurs de réussite et d'échec dans les 2 démarches de négociation : la stratégie intégrative et la stratégie distributive
   c) Vouloir tendre vers une négociation raisonnée et non pas subie : mode d'emploi
   d) Identifier les 3 résultats possibles d'une négociation aboutie et comprendre l'impossibilité du perdant-perdant
   e) Démystifier le gagnant-gagnant

2) Mieux préparer ses négociations pour ne pas tomber dans les pièges tendus par des acheteurs plus aguerris
   a) Mieux appréhender l'état d'esprit de chacun des interlocuteurs en présence
   b) Valider le pouvoir réel de décision
   c) Construire en amont sa grille de négociation de façon à repérer les positions initiales, les situations d'ouverture possibles ou de blocage, les contreparties escomptées...
   d) Apprécier factuellement les facteurs favorables et les facteurs défavorables sur tous les leviers du rapport de force

3) Mener une négociation aboutie en vente en vente consultative ou offensive
   a) Intégrer totalement l'esprit du jeu sur la balance PE = AI
   b) Savoir rester dans son rôle et ne pas faire le jeu de l'acheteur
   c) Mieux stabiliser l'échange
   d) Respecter les 5 règles d'or de la négociation
   e) Répondre habilement aux stratagèmes utilisés par un acheteur professionnel (les 2 comportements habituels sur lesquels va se positionner un acheteur selon sa personnalité)
   f) Dénoncer systématiquement les ruses visant à déstabiliser le vendeur et adopter les bons réflexes lorsqu'un négociateur fait preuve d'agressivité, de manipulation ou d'évitement avérés
   g) Savoir comment quitter la négociation lorsque le blocage est avéré
   h) Rendre la relation future toujours possible



1 jour pour s'entraîner à démontrer la pertinence de ses solutions 

V 305 : Entrainez-vous à l'argumentation et au traitement des objections en 3 D (acheteur - vendeur - observateur)

3 Dimensions = Dimension 1 : l'Acheteur

Dimension 2 : le Vendeur

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

Faire vivre aux participants une journée sur l'argumentation aussi proche que possible de la réalité à travers des séquences de préparation et de réalisation d'entretiens de face à face avec de vrais faux acheteurs professionnels sur les différents scénarii de vente :

- Vente relationnelle ou d'expertise chez un client,
- Vente consultative ou vente offensive chez un prospect

Principes :

- Faire jouer son propre rôle à chacun des participants
- Mettre l'Acheteur et le Vendeur en situations d'entretien de présentation d'un devis et de valorisation de son offre
- Faire vivre plusieurs jeux de rôles sur des situations d'argumentation différentes pendant lesquelles le vendeur devra présenter un devis ou préconiser une solution en adaptant ses arguments à la typologie d'acheteur rencontrée et en mettant en avant les bénéfices du client
- Leur faire prendre conscience des écarts entre le « voulu » par le Vendeur et le « reçu/perçu » par l'Acheteur
- Etablir avec eux leur plan de progrès en fonction des observations et des commentaires obtenus des acheteurs et observateurs et transcrits sur les grilles d'appréciations

Option : Cette démarche peut être entreprise avec le langage des couleurs



1 jour pour s'entraîner à mieux négocier et vendre son prix 

V 306 : Entraînez-vous à la défense des prix et la négociation en 3D (acheteur - vendeur - observateur)

3 Dimensions = Dimension 1 : l'Acheteur

Dimension 2 : le Vendeur

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

Faire vivre aux participants une journée de négociation aussi proche que possible de la réalité à travers des séquences de préparation et de réalisation d'entretien de face à face avec de vrais faux acheteurs professionnels sur les différents scénarii de vente :

- Vente relationnelle ou d'expertise chez un client,
- Vente consultative ou vente offensive chez un prospect

Principes :

- ➢ Faire jouer son propre rôle à chacun des participants
- ➢ Mettre l'Acheteur et le Vendeur en situations d'entretien de négociation
- ➢ Faire vivre plusieurs jeux de rôles sur des situations de négociation différentes pendant lesquelles pendant lesquelles le vendeur devra présenter un devis et vendre son prix en adaptant son comportement à la typologie d'acheteur rencontrée et en identifiant les ruses et stratagèmes adopté par l'acheteur pour le déstabiliser
- ➢ Leur faire prendre conscience des écarts entre le « voulu » par le Vendeur et le « reçu/perçu » par l'Acheteur
- ➢ Etablir avec eux leur plan de progrès en fonction des observations et des commentaires obtenus des acheteurs ou observateurs et transcrits sur les grilles d'appréciations

Option : Cette démarche peut être entreprise avec le langage des couleurs





Comment finaliser la vente et faire de ses clients les développeurs de son réseau ?

Formations :

V 401 : **Nouveaux commerciaux ou commerciaux nouvellement embauchés : Affutez vos talents commerciaux en situation de finalisation : détectez les feux verts, concluez et confortez la relation**

V 402 : **Commerciaux Experts - Augmentez votre taux de transformation et de fidélisation grâce au langage des couleurs**

V 403 : **Identifiez dans votre portefeuille vos meilleures références et vos futurs prescripteurs : transformez les clients satisfaits en coopteurs**

Simulation :

V 404 : **Entraînez-vous à la conclusion en 3D (acheteur - vendeur - observateur)**



Pro'Act Conseil

1 jour pour finaliser la vente et obtenir l'engagement 

V 401 : Commerciaux Juniors - Affutez vos talents commerciaux en situation de finalisation : détectez les feux verts, concluez et confortez la relation

Objectifs :

- Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S4 : les étapes de conclusion, de confortation et de coopération
- Obtenir l'engagement et conclure
- Conforter la vente et la relation client

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les objectifs et enjeux de la phase S4 : les étapes de conclusion, de confortation et de coopération
   a) Obtenir un engagement ferme de la part de l'acheteur potentiel
   b) En cas d'accord :
      - Le formaliser
      - Finaliser la vente
      - Maintenir la relation dès la signature du bon de commande obtenue
      - S'assurer du respect réciproque des engagements pris
      - Utiliser à bon escient le client satisfait comme un apporteur d'affaires
   c) En cas de désaccord :
      - Rebondir
      - Maintenir la relation

2) Obtenir l'engagement et conclure
   a) Gérer ses propres peurs et ses freins lorsque le bon moment approche
   b) Comprendre le message qu'il fait passer lorsque l'on arrive en phase de conclusion
   c) Repérer les premiers signaux d'achat émis par l'acheteur
      - Signaux d'achat verbaux
      - Signaux d'achat non verbaux
   d) Faire une conclusion qui tombe à PIC
      - Prendre l'initiative et oser conclure dès les premiers signaux d'achat positifs
      - Impulser la prise de décision
      - Convertir l'essai en engagement vers le futur
3) Conforter la vente et la relation client
   a) Passer à l'après décision et gérer la relation immédiate en maintenant le contact
   b) Générer une satisfaction globale en veillant aux moindres détails du SAV et en s'assurant du respect par les 2 parties des engagements pris
   c) Renforcez la satisfaction du client en reprenant contact habilement, en lui apportant un service vécu correspondant au service attendu, en multipliant les attentions, en l'utilisant comme apporteur d'affaires / référent.



2 jours pour finaliser la vente et obtenir l'engagement 

V 402 : Commerciaux Experts - Augmentez vos taux de fidélisation et de transformation grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Passer d'une argumentation/négociation aboutie en vente d'expertise ou en vente offensive à la conclusion
- Conforter la vente et la relation client

Contenu pédagogique :

1) Passer d'une argumentation/négociation aboutie en vente d'expertise (chez un client) ou offensive (chez un prospect) à la conclusion
   a) Identifier ses propres peurs et désamorcer ses craintes
   b) Comprendre le message que l'acheteur potentiel fait passer lorsqu'arrive le moment
   c) Passer d'une approche conseil vers une véritable démarche d'engagement
      - Utiliser habilement tous les accélérateurs de conclusion permettant d'aborder la conclusion sereinement
        - L'effet fast-food en S1
        - Le sondage test en S2
        - L'anti-vente et le jeu des leaders et des suiveurs en S3
      - Repérer les signaux d'achat
      - Prendre l'initiative et oser conclure dès les premiers signaux d'achat en utilisant les bonnes techniques de conclusion selon son profil :
        - L'engagement direct
        - La projection
        - L'effet miroir
        - Le match
        - La fausse alternative
        - Le collectionneur des mini-oui
        - L'humour
        - L'aveu
      - Impulser la prise de décision en adoptant les bons réflexes dans les 3 situations possibles :
        - Il n'hésite pas : transformez l'essai en engagement ferme tout en sachant que dès qu'il vous a dit oui, ce n'est pas fini
        - Il hésite : aidez le à prendre la bonne décision en formuler explicitement un accord ou un refus
        - Il se fige : faites une ultime tentative mais surtout facilitez-vous l'après
2) Conforter la vente et la relation client
   a) Etre véritablement dans l'empathie dans la confortation
   b) Se montrer plus assertif pour utiliser tout client satisfait comme apporteur d'affaires



1 jour pour transformer les clients satisfaits en vendeurs 

V 403 : Identifiez dans votre portefeuille vos meilleures références et vos futurs prescripteurs : transformez les clients satisfaits en coopteurs

Objectifs :

- Identifier les enjeux et les objectifs de la cooptation
- Adopter les bons réflexes pour repérer les clients satisfaits dans son portefeuille et utiliser les bons relais
- Jouer avec habileté sur l'effet « multiplicateur » de la cooptation et intégrer les limites du système

Contenu pédagogique :

1) Identifier les enjeux et les objectifs de la cooptation
   a) Transformer le client satisfait en développeur d'affaires
      - En développant le business avec lui
      - En en faisant un client référence auprès de ses prospects
   b) Augmenter son portefeuille clients en le transformant en apporteur d'affaires
      - En le sollicitant directement pour qu'il interagisse auprès de ses relations proches et de ses réseaux sociaux
      - En l'incitant à s'exprimer (et se transformer en un véritable vendeur) lors de nos actions VIP
2) Adopter les bons réflexes pour trouver dans son portefeuille les clients satisfaits et utiliser les bons relais
   a) Se fixer des objectifs SMART de développement grâce à son portefeuille clients
   b) Distinguer les satisfaits des très satisfaits pour ne pas avoir de « mauvaises surprises »
   c) Adopter les bons réflexes s'il s'agit :
      - De solliciter l'obtention des adresses
      - De l'inciter à devenir un client référent
      - De l'inviter à s'exprimer lors des manifestations VIP
   d) Etre dans le bon rôle dans toutes les situations de cooptation
3) Jouer avec habileté sur l'effet multiplicateur de la cooptation et intégrer les limites du système
   a) Sélectionner chaque coopteur avec soin : Valider son aisance relationnelle, ses facultés de communication (écoute – expression – capacité à injecter une dose d'empathie... et à s'exprimer positivement)
   b) Faire du donnant – donnant pour qu'il y trouve son intérêt
   c) Appréhender le contexte et valider la cohérence des situations, la compatibilité des profils et personnalités
   d) Lui demander son ressenti à chaque engagement pris
   e) Être systématiquement apporteur d'estime



1 jour pour s'entraîner à conclure

V 404 : Entraînez-vous à la conclusion en 3D (acheteur - vendeur - observateur)

3 Dimensions = Dimension 1 : l'Acheteur

Dimension 2 : le Vendeur

Dimension 3 : l'Observateur

Objectifs :

Faire vivre aux participants une journée de négociation aussi proche que possible de la réalité à travers des séquences de préparation et de réalisation d'entretien de face à face avec de vrais faux acheteurs professionnels sur les différents scénarii de vente :

- Vente relationnelle ou d'expertise chez un client,
- Vente consultative ou vente offensive chez un prospect

Principes :

- Faire jouer son propre rôle à chacun des participants
- Mettre l'Acheteur et le Vendeur en situations d'entretien de conclusion
- Faire vivre plusieurs jeux de rôles sur des situations de conclusion différentes pendant lesquelles le vendeur devra obtenir l'engagement du client sur l'offre proposée
- Leur faire prendre conscience des écarts entre le « voulu » par le Vendeur et le « reçu/perçu » par l'Acheteur
- Etablir avec eux leur plan de progrès en fonction des observations et des commentaires obtenus des acheteurs et des observateurs et transcrits sur les grilles d'appréciations

Option : Cette démarche peut être entreprise avec le langage des couleurs





Pro'Act Conseil

GAGNER EN EFFICACITE : SOMMAIRE

Comment réussir dans un environnement fluctuant ?

D101 - Managers : soyez l'artisan de votre réussite professionnelle et personnelle grâce au langage des couleurs

D102 - Managers : Posez-vous en leader et exercez sereinement votre autorité

D103 – Développez votre confiance en vous pour être un grand leader en temps de crise

D104 – Vendeurs /Technico-Co soyez l'artisan de votre réussite professionnelle grâce au langage des couleurs

Comment développer son efficience ?

D201 - Managers : gérez votre temps et optimisez votre organisation

D202 - Managers : gérez le temps dans votre équipe et organisez le travail collectif et individuel

D203 - Managers : Positivez vos émotions au travail et évacuez votre stress

D204 - Managers : gérez le stress dans votre équipe, trouvez les petites voix qui l'inhibent et l'empêche de travailler

D205 - Vendeurs : améliorez votre efficacité par une bonne gestion du temps et de vos priorités

D206 - Collaborateurs : gérez votre stress et identifiez les petites voix qui vous inhibent et vous mènent à l'épuisement

Comment gérer les situations pénibles ou conflictuelles ?

D301 – Construisez et développez des relations pérennes et durables avec les autres

D302 - Travaillez avec des personnalités difficiles

D303 – Clarifiez les désaccords et traitez les conflits interpersonnels

D304 - Aidez à la résolution des conflits organisationnels

D305 – Menez avec succès vos négociations professionnelles

D306 – manager de managers : faites en des relais efficaces et rendez-les plus proactifs face à vos décisions

D307 - Managers transverses : Réussissez dans une relation d'autorité sans lien hiérarchique

D308 - Nouveaux collaborateurs préparez et faites passer vos messages lors de vos entretiens de pilotage

Comment trouver le bon équilibre face aux autres en changeant de fonction ou de rôle ?

D401 - Développez votre crédibilité en passant de collègue à hiérarchique

D402 - Appuyez-vous sur votre expérience technique pour asseoir votre approche commerciale

D403 - Appuyez-vous sur votre culture clients pour passer de l'administration des ventes à la relation clients en direct

D404 - Appuyez-vous sur votre expertise du processus de décision pour vendre aux grands comptes et réussir dans les ventes

D405 - Utilisez votre approche relationnelle pour passer du rôle de vendeur à celui d'animateur de réseau

D406 - Appuyez-vous sur les techniques de vente pour passer de commercial à commerçant

D407 - Développez votre expertise en passant d'une fonction achat à une fonction vente (ou vice-versa)

D408 - Appuyez-vous sur votre expertise et votre sens de la pédagogie pour concevoir et animer une session de formation

GAGNER EN EFFICACITE

Comment réussir dans un environnement fluctuant ?

Formations :

D 101 : **Managers : soyez l'artisan de votre réussite professionnelle et personnelle grâce au langage des couleurs**

D 102 : **Managers : Posez-vous en leader et exercez sereinement votre autorité**

D 103 : **Développez votre confiance en vous pour être un grand leader en temps de crise**

D 104 : **Vendeurs / Technico-commerciaux : soyez l'artisan de votre réussite professionnelle et personnelle grâce au langage des couleurs**

Pro'Act Conseil

2 jours pour reconnaître son profil et ses atouts comme manager

D 101 : Managers : soyez l'artisan de votre réussite professionnelle et personnelle grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Découvrir la méthode
- Comprendre le langage des couleurs
- Identifier son profil et passer de la personne au personnage (manager)
- Gagner en flexibilité pour établir des relations interpersonnelles productives

Contenu pédagogique :

5) Découvrir la méthode

   f) Les caractéristiques de la méthode : ce qu'elle dit et ce qu'elle ne dit pas
   g) Les sources grecques de la méthode et les apports de Marston, Jung, Jacobi et Cleaver
   h) L'intérêt de la méthode : une méthode universelle, neutre, simple et facile d'accès
   i) Universelle, la preuve : les images suggestives du rouge, du jaune, du vert, du bleu
   j) Neutre, la preuve : les 4 saisons et les 4 éléments
   k) Simple sans être simpliste, la preuve : les 4 couleurs, les 8 profils, les 68 positions...
   l) Facile d'accès, la preuve : les comportements révél'acteurs

6) Comprendre le langage des couleurs

   c) Les qualités des défauts et les défauts des qualités de chaque couleur
   d) La perception des uns par les autres

7) Identifier son profil et passer de la personne au personnage de manager

   d) Les 2 styles : son style naturel et son style adapté de manager
   e) La position de chaque style dans la Roue

8) Gagner en flexibilité pour établir des relations interpersonnelle plus productives

   e) Prendre en compte tous les aspects de sa personne : ce qui plait et ce qui plait moins
   f) Identifier ses facteurs de succès comme manager
   g) Mettre en évidence les comportements à risques comme manager : les « trop » ou les « pas assez » selon les couleurs de son profil
   h) Entreprendre de changer ce qui peut être changé pour mieux s'adapter aux autres couleurs
   i) Accepter ses limites et en prendre compte dans sa fonction de manager



D 102 : Managers : Posez-vous en leader et exercez sereinement votre autorité

Objectifs :

- Identifier son style de leadership et les ressorts de ses décisions
- S'affirmer et se positionner en manager sur les 4 séquences et champs d'actions
- Trouver les bons leviers pour restaurer son autorité après une « crise »

Contenu pédagogique :

1) Identifier son style de leadership et les ressorts de ses décisions
   a) Repérer l'impact et appréhender l'efficacité des différents styles de leadership
      F autorité de **F**onction → 1 manager "leader" qui finalise
      I autorité d'Influence → 1 manager "animateur" qui anime
      S autorité de Situation → 1 manager "gestionnaire" qui organise
      C autorité de compétences → 1 manager "expert" qui contrôle
   b) Identifier son style selon ce modèle

2) S'affirmer et se positionner en manager sur les 4 séquences et champs d'actions
   a) S'affirmer en tant que détenteur de l'autorité sans pour autant devenir un leader narcissique : diriger et décider en assumant ses décisions, définir son espace de management tout en déhiérarchisant l'organisation, clarifier les ambitions, préciser les stratégies, fixer les objectifs...
   b) Transformer son pouvoir en autorité naturelle pour être plus proactif tout en jouant la transparence « utile » afin de mobiliser les ressources, orienter l'action collective vers les objectifs fixés
   c) Gérer les effectifs en équipe et prendre en considération les singularités pour organiser l'activité du groupe et s'appuyer sur les procédures et sur les règles du jeu pour mettre en œuvre les mécanismes de coordination au sein de son collectif et favoriser le renforcement des compétences de chacun ... tout en gardant une longueur d'avance sur certains aspects liés à la fonction de manager
   d) Vérifier les cohérences et incohérences entre finalités, objectifs et résultats ; prendre les mesures correctives pour mobiliser durablement les énergies ; mettre en œuvre les changements nécessaires pour l'organisation

3) Trouver les bons leviers pour restaurer son autorité après une crise
   a) Evacuer les émotions toxiques pour retrouver son équilibre émotionnel et rester dans son rôle
   b) Assumer ses erreurs pour ne pas perdre sa légitimité
   c) Jauger l'état émotionnel de chacun pour restaurer son autorité et son leadership



D 103 : Développez votre confiance en vous pour être un grand leader en temps de crise

Objectifs :

- Evaluer sa confiance
- Connaitre ses forces et identifier ses points faibles
- Définir ses intentions et se préparer à l'action
- Se façonner un moi plein de confiance pour être un grand leader en temps de crise

Contenu pédagogique :

1) Evaluer sa confiance et identifier ses points faibles

   a) Définir ce qu'est la confiance
   b) Appréhender les différents indicateurs de confiance
   c) Se situer sur l'échelle de la confiance

2) Connaitre ses forces et identifier ses points faibles

   a) Reconnaître ses forces et fêter ses talents
   b) Imaginer sa vie rêvée
   c) Identifier ses failles
   d) Balayer les aspects négatifs en s'attaquant aux suppositions néfastes, en s'occupant sans chercher à être débordé, en redirigeant ses voix intérieures, en découvrant ce qui vide vos batteries

3) Définir ses intentions et se préparer à l'action

   a) Planifier son itinéraire pour enrichir l'estime de soi
   b) Rester fidèle à ses principes et ses valeurs
   c) Prendre les choses en main et mettre en place les conditions de la confiance

4) Se façonner un moi plein de confiance en soi pour être un grand leader en temps de crise

   a) Enrichir son estime de soi et oublier la perfection
   b) Cultiver son indépendance et redevenir « visible » dans son environnement professionnel
   c) Se dépasser mentalement, faire entendre sa voix et gérer les réticences d'autrui face à votre « nouveau moi »
   d) Agir avec confiance au quotidien pour gagner en mieux être
   e) Se montrer sûr de soi pour donner confiance aux autres en temps de crise





2 jours pour reconnaître son profil et ses atouts comme commercial



D 104 : Commerciaux / Vendeurs / Technico-commerciaux : soyez l'artisan de votre réussite professionnelle grâce au langage des couleurs

Objectifs :

- Découvrir la méthode
- Comprendre le langage des couleurs
- Identifier son profil et passer de la personne au personnage (vendeur)
- Gagner en flexibilité pour établir des relations interpersonnelles productives

Contenu pédagogique :

1) Découvrir la méthode

   a) Les caractéristiques de la méthode : ce qu'elle dit et ce qu'elle ne dit pas
   b) Les sources grecques de la méthode et les apports de Marston, Jung, Jacobi et Cleaver
   c) L'intérêt de la méthode : une méthode universelle, neutre, simple et facile d'accès
   d) Universelle, la preuve : les images suggestives du rouge, du jaune, du vert, du bleu
   e) Neutre, la preuve : les 4 saisons et les 4 éléments
   f) Simple sans être simpliste, la preuve : les 4 couleurs, les 8 profils, les 68 positions...
   g) Facile d'accès, la preuve : les comportements révél'acteurs

2) Comprendre le langage des couleurs

   a) Les qualités des défauts et les défauts des qualités de chaque couleur
   b) La perception des uns par les autres

3) Identifier son profil et passer de la personne au personnage de vendeur

   a) Ses 2 styles : son style naturel et son style adapté comme vendeur
   b) La position dans la Roue

4) Gagner en flexibilité pour établir des relations interpersonnelle plus productives

   a) Prendre en compte tous les aspects de sa personne : ce qui plait et ce qui plait moins
   b) Identifier ses facteurs de succès comme vendeur
   c) Mettre en évidence les comportements à risques comme vendeur : les « trop » ou les « pas assez » selon les couleurs de son profil
   d) Entreprendre de changer ce qui peut être changé pour mieux s'adapter aux autres couleurs
   e) Accepter ses limites et en prendre compte dans sa fonction de vendeur



GAGNER EN EFFICACITE

Comment développer son efficience ?

Formations :

D 201 : **Managers : Gérez votre temps et optimisez votre organisation**

D 202 : **Managers : Gérez le temps dans votre équipe et organisez le travail collectif et individuel**

D 203 : **Managers : Positivez vos émotions au travail et évacuez votre stress**

D 204 : **Managers : Gérez le stress dans votre équipe et trouvez les « petites voix » qui l'inhibent et l'empêchent de travailler sereinement.**

D 205 : **Vendeurs : Améliorez votre efficacité par une bonne gestion de votre temps et de vos priorités - bâtissez une stratégie de développement basée sur le nomadisme et/ou l'optimisation de la relation directe avec vos clients**

D 206 : **Collaborateurs : Gérez votre stress et identifiez les petites voix qui vous inhibent et vous mènent à l'épuisement**

2 jours pour être plus efficient face au temps

D 201 : Managers : Gérez mieux votre temps et optimisez votre organisation

Objectifs :

- S'approprier les fondamentaux d'une organisation efficace
- Confrontant sa propre méthode de gestion du temps aux contraintes et réalités de son environnement professionnel
- Allier efficacité et rapidité dans la gestion de ses activités et la répartition de son temps
- Passer de l'inefficacité personnelle à l'efficience professionnelle

Contenu pédagogique :

Introduction : Distinguer les 3 composantes de l'art du temps : l'organisation (gestion des tâches), le temps (la durée et le délai), le sens de l'action (l'intérêt et la valeur ajoutée à le faire)

1) S'approprier les fondamentaux d'une organisation efficace
   a) Identifier ses missions clefs
   b) Clarifier ses priorités entre urgence et importance
   c) Matérialiser le flux de prise de décision

2) Confronter sa propre méthode de gestion du temps aux contraintes et réalités de son environnement professionnel
   a) Comprendre les 3 usages du temps : ce que je dois faire – ce que j'ai envie de faire – ce qu'il est important de faire
   b) Appréhender les 3 comportements nocifs dans lesquels chacun d'entre nous se réfugie : le gaspilleur d'énergie, le sacrifié, l'électron-libre
   c) Prendre en considération pourquoi il est si difficile de bien gérer son temps et les 4 pièges dans lesquels chacun tombe face au manque de temps : la « tempsdinite » aigue, la « lifophilie », la chronophagie, la « ouitite » sournoise
   d) Vouloir, pouvoir et savoir sortir du cercle vicieux du manque de temps sans reporter sur autrui ses propres difficultés d'organisation et de gestion du temps
   e) Intégrer les 7 lois (Parkinson - Murphy - Illich - Carlson - Fraisse - Pareto - Laborit pour mieux appréhender les méfaits du cercle vicieux / temps

3) Allier efficacité et rapidité dans la gestion de ses activités et la répartition de son temps
   A travers l'exploitation de son journal personnel reprenant l'inventaire de ses activités à travers l'analyse quantitative et qualitative de son emploi du temps :
   a) Insister sur la nécessité de se donner une perspective temporelle globale pour respecter ses objectifs
   b) Trouver comment mieux planifier toutes ses activités et structurer ses journées
   c) Détecter ses voleurs de temps (exemples : faire face à la gestion des intrusions)
   d) Limiter l'impact des activités chronophages : communiquer, prendre les bonnes décisions sans attendre, avancer malgré les imprévus, ...



4) Passer de l'inefficacité personnelle à l'efficience opérationnelle

a) (ré)Organiser son espace de travail
b) Choisir les bons outils pour être efficace : Créer et améliorer ses supports et méthodes de collecte, de transmission (courrier, courriels, téléphone, agendas ...) et de classement/archivage des informations
c) Renforcer et cultiver l'efficacité collective
d) Concilier productivité (en traitant sans laisser s'accumuler, en planifiant ses TPI, en développant sa concentration) et climat relationnel (afin d'entretenir des relations professionnelles de qualité)
e) Reconquérir son temps (en agissant plus en mono-tache) et se faire plaisir (trier) en structurant son temps professionnel et son temps personnel
f) Positiver et refuser de s'abandonner au stress

5) Déjouer les obstacles pour aller de l'avant dans la réalisation de son plan de progrès
a) Imaginer les effets bénéfiques de sa nouvelle gestion du temps
b) Choisir le bon moment pour décider de mettre son plan de progrès en pratique
c) Se fixer 1 seul objectif par rapport à l'ensemble des points de progrès identifiés
d) Rester persévérant y compris dans la difficulté
e) S'accorder des circonstances atténuantes en cas d'écart significatif entre l'objectif et le réalisé



1 jour pour mieux optimiser l'activité de son équipe au quotidien

D 202 : Managers : Gérez le temps dans votre équipe et organisez le travail collectif et individuel

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement d'une équipe au travail, son organisation et la répartition des rôles et mesurer son efficacité
- Acquérir les bons réflexes pour mieux organiser l'activité de son équipe au quotidien
- Déjouer les obstacles pour aller de l'avant dans la réalisation du plan de progrès

Contenu pédagogique :

1) Comprendre le fonctionnement de son équipe au travail, son organisation et la répartition des rôles et mesurer son efficacité

   a) Comprendre le fonctionnement de son équipe au travail
   b) Appréhender son organisation à travers la répartition des rôles et des tâches à effectuer
   c) Mesurer son efficacité en tenant compte des temps de travail collectifs et des temps de travail individuels
   d) Apprécier la gestion du temps disponible, les éléments pris en compte et les éléments abandonnés dans le temps réellement mis à profit par l'équipe collectivement et par chacun des collaborateurs individuellement
   e) Evaluer le temps nécessaire pour mieux gérer les sollicitations et les interruptions
   f) Evaluer l'activité productive de son équipe selon le principe d'Eisenhower
   g) Evaluer l'activité productive de chacun de ses collaborateurs dans le groupe

2) Acquérir les bons réflexes pour mieux organiser l'activité de son équipe au quotidien

   a) Penser (ré)organisation de leur espace de travail
   b) Veiller à l'utilisation des bons outils pour être efficace : Créer et améliorer ses supports et méthodes de collecte, de transmission (courrier, courriels, téléphone, agendas ...) et de classement/archivage des informations
   c) Améliorer la répartition de l'activité pour optimiser la charge de travail de chacun
   d) Encourager la bonne utilisation des outils de planification et des guides de procédures
   c) Veiller à la bonne répartition du temps disponible et à l'usage professionnel des outils de communication, aux méthodes de classement (souples et évolutives mais communes)
   d) Optimiser les moments d'inter-échanges au sein et avec l'équipe (réunions -entretiens), donner du temps dans l'emploi du temps pour les évènements survenant dans l'équipe (arrivée – départ...) de façon à renforcer et cultiver l'efficacité collective et concilier productivité et climat relationnel
   e) Les aider à reconquérir leurs temps et à se faire plaisir
   f) Les faire positiver et refuser de s'abandonner au stress face au manque de temps ou de ressources disponibles



2 jours pour mieux gérer son stress 

D 203 : Managers : Positivez vos émotions au travail et évacuez votre stress

Objectifs :

- Comprendre les mécanismes émotionnels
- Identifier son profil émotionnel et son profil de stressé
- Réagir et trouver des solutions adaptées au stress provoqué par la vie professionnelle

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les mécanismes émotionnels
   a) Décrypter le processus émotionnel et identifier la palette des grandes émotions
   b) Assimiler les différentes fonctions des émotions
   c) Définir la notion de stress - la notion de stress positif (qui est nécessaire) - la notion de stress négatif (qui est potentiellement dangereux)
2) Identifier son profil émotionnel et son profil de stressé
   a) Laisser parler ses émotions
   b) Cerner son degré d'émotivité et mesurer son QE (quotient émotionnel)
   c) Identifier son profil émotif parmi les 8 profils émotifs primaires et secondaires et les 3 profils de stressé
   d) Définir les paramètres de stress dans la sphère du travail et les 5 voix issus du passé qui vous inhibent et vous mènent à l'épuisement
   e) Apprécier le niveau de stress acceptable au travail : ce qui vous fait stresser et vous rend stressant
   f) Analyser au sein de sa sphère professionnelle les sources et modes d'expression du stress au travail, les situations d'urgence et tensions professionnelles et les comportements qui en résultent (modèle de Cooper et Marshall)
   g) Appréhender les effets du stress sur l'organisme : sur la santé et/ou le physique et sur le psychique : le mental et le moral et les systèmes de compensation mis en place
3) Réagir et trouver des réponses adaptées au stress provoqués par la vie professionnelle
   a) Apprendre à gérer ses émotions et en tirer parti
   b) Positiver ses émotions paralysantes et développer son charisme émotionnel
   c) Vider son sac et être à l'écoute de ses besoins
4) Anticiper et prévenir les situations critiques
   a) Trouver ses propres facteurs modérateurs, facteurs protecteurs susceptibles de limiter la propagation de stress négatif dans sa sphère professionnelle
   b) Mettre en place une stratégie individuelle pour optimiser ses relations et mieux gérer les situations émotionnellement délicates (faire face au stress de sa hiérarchie, gérer l'esprit de compétition, apprendre à dire non, limiter l'impact sur soi de situations de conflits) afin d'éviter d'entrer dans une phase critique
   c) Gérer ses propres situations d'épuisement, savoir se ressourcer et réguler son rythme de vie, se remobiliser, développer des recettes anti-stress et capitaliser pour l'avenir



D 204 : Managers : Gérez le stress dans votre équipe, trouvez les « petites voix » qui inhibent votre équipe et l'empêchent de travailler sereinement

Objectifs :

- Percevoir l'environnement émotionnel de son cadre de travail
- Repérer sa marge de manœuvre selon le contexte émotionnel
- Gérer et canaliser les émotions des autres
- Utiliser les bons modérateurs de stress face aux situations critiques

Contenu pédagogique :

1) Percevoir l'environnement émotionnel de son cadre de travail
   a) Valider si le management se fait par le stress et comprendre qu'alors l'émotion phare est la peur
   b) Percevoir le paternalisme existant au sein de son organisation et comprendre qu'alors l'émotion phare est la colère
   c) Imaginer si le culte du résultat est élevé au sein de l'entreprise auquel cas seules les émotions positives sont acceptées
   d) Repérer l'incidence de la culture identitaire sur les individus où toutes les émotions sont bonnes à vivre pourvu que l'intensité soit maximale

2) Repérer sa marge de manœuvre selon le contexte émotionnel
   a) Repérer le profil émotionnel actuel dans son organisation
   b) Bâtir un programme d'action ciblé selon sa marge de manœuvre pour aboutir à des comportements adultes

3) Gérer et canaliser les émotions des autres
   a) Faire preuve d'ouverture et laisser aux émotions un espace d'expression
   b) Déceler les besoins qui se cachent derrière les émotions exprimées ou non dites
   c) Opter pour une conduite adulte
   d) Identifier le mode de communication attendu par votre interlocuteur

4) Utiliser les bons modérateurs de stress face aux situations jugées critiques :
   a) Face aux situations d'épuisement que vous observez chez vos collaborateurs lorsque ceux-ci sont en difficulté (repérer les détresses des « sois fort » - « sois gentil » - « fais l'effort » - « soit parfait » - « fais vite ») de façon à les aider à prendre de la distance, relativiser la situation, les aider à se ressourcer et se remobiliser pour retrouver du plaisir au travail
   b) Face aux situations émotionnellement délicates telles que des relations tendues par l'absence de résultat, le manque d'implication de certains, des relations difficiles entre personnalités « incompatibles », le non-respect de règles du jeu, des pressions liées à l'organisation, la mauvaise gestion du temps collectif et la mauvaise distribution des rôles dans l'équipe (sur-sollicitation des uns, « oubli » des autres)...



1 jour pour être plus disponible en clientèle 

D 205 : Vendeurs : Améliorez votre efficacité par une bonne gestion du temps et des priorités - Bâtissez votre stratégie de développement en visant l'optimisation de la relation directe avec les clients

Objectifs :

- S'approprier les fondamentaux d'une organisation efficace
- Analyser ses propres pratiques en effectuant un diagnostic sans concession de l'existant et en identifiant ses propres freins par rapport à la bonne gestion du temps et des priorités
- Bâtir sa stratégie de développement pour être plus en anticipation et moins en réaction dans la répartition de son temps et la gestion de ses activités
- Passer de l'inefficacité personnelle à l'efficience opérationnelle

Contenu pédagogique :

1) S'approprier les fondamentaux d'une organisation efficace
   a) Identifier ses missions clefs
   b) Clarifier ses priorités entre urgence et importance
   c) Matérialiser le flux de prise de décision
2) Analyser ses propres pratiques en effectuant un diagnostic sans concession de l'existant et en identifiant ses propres freins par rapport à la bonne gestion du temps et des priorités
   a) Faire une analyse sans concession de l'existant en identifiant ses contraintes personnelles et professionnelles face au temps, en appréciant le décalage entre temps au travail et temps disponible, temps disponible et temps utilisé pour la relation client, en mettant en évidence les limites liées aux impératifs de l'organisation
   b) Identifier ses propres résistances face l'optimisation de la gestion de son temps qui nous fait ne pas sortir du cercle vicieux du manque de temps, ne pas mettre la relation clients au centre de ses priorités, ne pas donner la priorité aux priorités
   c) Vouloir, pouvoir et savoir sortir du cercle vicieux du manque de temps sans reporter sur autrui ses propres difficultés d'organisation et de gestion du temps
3) Bâtir sa stratégie de progrès pour être plus dans l'anticipation et moins dans la réaction dans la gestion de ses activités et la répartition de son temps
   a) Se donner une perspective temporelle globale pour respecter ses objectifs
   b) Trouver comment mieux planifier toutes ses activités et structurer ses journées
   c) Détecter ses voleurs de temps (exemples : faire face à la gestion des intrusions)
   d) Limiter l'impact des activités chronophages
4) Passer de l'inefficacité personnelle à l'efficience opérationnelle
   a) Créer une synergie entre vos objectifs et ceux des sédentaires
   b) Choisir et hiérarchiser vos priorités
   c) S'efforcer d'abandonner tout ce qui n'est pas prioritaire en le justifiant auprès de sa hiérarchie
   d) Optimiser le temps « bureau » en travaillant en bonne harmonie avec les sédentaires, en donnant le juste temps aux relations équipe et/ou avec votre hiérarchie, aux actions de l'entreprise



1 jour pour être moins stressé au travail

D 206 : Collaborateurs : Gérez mieux votre stress et identifiez les petites voix qui vous inhibent et vous mènent à l'épuisement

Objectifs :

- Comprendre les mécanismes émotionnels
- Identifier son profil émotionnel et son profil de stressé
- Réagir et trouver des solutions adaptées au stress provoqué par la vie professionnelle

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les mécanismes émotionnels
   a) Décrypter le processus émotionnel et identifier la palette des grandes émotions
   b) Assimiler les différentes fonctions des émotions
   c) Définir la notion de stress - la notion de stress positif (qui est nécessaire) - la notion de stress négatif (qui est potentiellement dangereux)
2) Identifier son profil émotionnel et son profil de stressé
   a) Laisser parler ses émotions
   b) Cerner son degré d'émotivité et mesurer son QE (quotient émotionnel)
   c) Identifier son profil parmi les 8 profils émotifs primaires et secondaires, les 3 profils de stressé
   d) Définir les paramètres de stress dans la sphère du travail et les 5 voix issues du passé qui vous inhibent et vous mènent à l'épuisement
   e) Apprécier le niveau de stress acceptable au travail : ce qui vous fait stresser et vous rend stressant pour les autres
   f) Analyser au sein de sa sphère professionnelle les sources et modes d'expression du stress au travail, les situations d'urgence et tensions professionnelles et les comportements qui en résultent
   g) Appréhender les effets du stress sur l'organisme : sur la santé et/ou le physique et sur le psychique : le mental et le moral et les systèmes de compensation mis en place
3) Réagir et trouver des réponses adaptées au stress provoqués par la vie professionnelle
   a) Apprendre à gérer ses émotions et en tirer parti
   b) Positiver ses émotions paralysantes et développer son charisme émotionnel
   c) Vider son sac et être à l'écoute de ses besoins
4) Trouver des réponses adaptées au stress provoqué par la vie professionnelle
   a) Limiter l'impact sur vous de confrontations interpersonnelles ou de relations difficiles avec des personnalités que vous jugez impossibles afin d'éviter d'entrer en conflits que ce soit avec votre hiérarchie, vos collègues ou des interlocuteurs extérieurs,
   b) Faire face à l'esprit de compétition, faire face au stress entretenu par autrui y compris sa hiérarchie, oser dire non de façon à optimiser ses relations avec les autres
   c) Réguler son rythme de vie et faire face au syndrome du surmenage
   d) Vivre plus positivement un changement organisationnel, prendre de la distance, accepter et relativiser la situation et trouver des avantages à la situation
   e) Développer des recettes anti-stress de façon à améliorer globalement la qualité de sa vie professionnelle et retrouver du plaisir au travail
   f) Capitaliser pour l'avenir en développant l'estime de soi.



GAGNER EN EFFICACITE

Comment gérer les situations pénibles ou conflictuelles ?

Formations :

D 301 : **Construisez des relations pérennes et durables avec les autres et travaillez mieux ensemble**

D 302 : **Composez et travaillez avec des « personnalités difficiles »**

D 303 : **Anticipez et gérez les conflits interpersonnels**

D 304 : **Aidez à la résolution des conflits organisationnels**

D 305 : **Menez avec succès vos négociations professionnelles**

D 306 : **Managez des managers, faites-en des relais efficaces et rendez-les plus proactifs face à vos décisions**

D 307 : **Managers transverses : Réussissez dans une relation d'autorité sans lien hiérarchique**

D 308 : **Collaborateurs : préparez et faites passer vos messages lors de vos entretiens de pilotage**

1 jour pour travailler mieux avec les autres

D 301 : Construisez et développez des relations pérennes et durables avec les autres et travaillez mieux ensemble

Objectifs :

- Identifier les typologies susceptibles de devenir des personnalités difficiles, compte tenu de leur profil et de votre personnalité
- Cerner ses interlocuteurs : son manager, ses pairs et collaborateurs directs
- Développer ses talents relationnels et entretenir du liant et des liens
- Construire des relations durables et productives avec l'ensemble de ses interlocuteurs

Contenu pédagogique :

1) Identifier les typologies susceptibles de devenir des personnalités difficiles, compte tenu de leur profil et de votre personnalité

   a) Repérer les 4 profils excessifs dans une couleur dominante (couleur entre 70 et 85) qui peuvent nous paraître excessives selon notre profil en couleur : les égoïstes, les utopistes agréables, les personnes qui manquent de confiance en eux, les négatifs éternels insatisfaits
   b) Repérer les 4 profils exclusifs dans une couleur (couleur entre 85 et 100) qui peuvent nous paraître impossibles selon notre profil en couleur : les dictateurs, les enthousiastes, les dépendants/fuyants, les procéduriers

2) Cerner ses interlocuteurs directs : supérieur, collègues et collaborateurs
   d) Décoder le comportement de ses interlocuteurs
   e) Etre au clair avec des personnalités qui nous paraissent pénibles ou difficiles

3) Développer ses talents relationnels et entretenir du liant et des liens
   e) Adopter le bon état d'esprit pour engendrer un climat favorable à la cohésion
   f) Opter pour attitude d'écoute active de façon à canaliser les émotions de l'équipe face à un étranger, un nouveau, un déviant ou un opposant dans le groupe
   g) Mettre en place la bonne stratégie pour corriger les comportements menant à l'impasse
   h) Gérer les crises en misant sur le dialogue

4) Construire des relations durables et productives avec l'ensemble de ses interlocuteurs
   e) Travailler en bonne intelligence avec sa hiérarchie
   f) Faire de ses collaborateurs et de ses pairs des alliés solides en suscitant l'adhésion
   g) Impulser une dynamique autour de soi en faisant preuve d'ouverture, d'inclusion, de confiance et de partage
   h) Mobiliser les énergies dans les situations difficiles



1 jour pour mieux identifier et gérer les personnalités toxiques autour de soi



D 302 : Composez et travaillez avec des "personnalités difficiles"

Objectifs :

- Comprendre la problématique liée aux troubles de la personnalité
- Repérer les 12 profils de personnalités difficiles et comprendre l'incidence de ces comportements dans le jeu des mécanismes interrelationnels
- Adopter les comportements permettant d'engager un dialogue constructif et de bâtir une relation de confiance avec une personnalité difficile

Contenu pédagogique :

1) Comprendre la problématique liée aux troubles de la personnalité
   a) Repérer ce qu'est et n'est pas un trouble de la personnalité
   b) Identifier les conséquences engendrées par les personnes atteintes de troubles de la personnalité

2) Repérer les 12 profils de personnalités difficiles et comprendre l'incidence de ces comportements dans le jeu des mécanismes interrelationnels
   a) Cerner les personnalités narcissiques ou les « gloire à moi »
   b) Identifier les personnalités histrioniques (théâtrales) ou les « lumières...caméra...action »
   c) Appréhender les personnalités antisociales ou les « je n'ai aucun scrupule à violer les règles »
   d) Comprendre les personnalités borderline ou les « vive les crises émotionnelles »
   e) Cibler les personnalités obsessionnelles ou les « perfectionnisme poussé à l'extrême »
   f) Repérer les personnalités sensibles aux troubles de l'humeur : dépressives ou bipolaires
   g) Cerner les personnalités dépendantes ou les « jusqu'à ce que la mort nous sépare »
   h) Identifier les personnalités passives-agressives (rebelles) ou les « comment faire obstruction »
   i) Appréhender les personnalités évitantes ou les « comment faire tapisserie »
   j) Comprendre les personnalités schizoïdes ou les « je suis dans mon monde, les autres m'indiffèrent »
   k) Cibler les personnalités paranoïaques ou les « méfiance, méfiance »
   l) Repérer les personnalités hyperactives ou « je ne reste pas en place »

3) Adopter des comportements permettant d'engager un dialogue constructif et de bâtir une relation de confiance avec une personnalité difficile : supérieur, collègue, collaborateur
   a) Identifier leurs attentes et leurs facteurs de "stress" pour en limiter l'impact sur soi et/ou sur les autres
   b) Renforcer l'estime et la confiance en soi pour pouvoir s'affirmer face à de tels profils
   c) Développer sa "puissance relationnelle" en évitant vos postures défensives
   d) Construire et ancrer un état positif d'invulnérabilité face à l'agressivité, la manipulation, la fuite
   e) Calibrer sa communication en évitant de jouer un rapport oppresseur/oppressés
   f) Utiliser les bons leviers d'action dans une situation difficile face à chaque profil comme par exemples : la désynchronisation, le questionnement de pertinence, l'humour, la prise en compte...



2 jours pour mieux traiter les conflits interpersonnels

D 303 : Anticipez et gérez les conflits entre 2 personnes

Objectifs :

- Comprendre la dynamique des conflits
- Aborder le conflit de manière constructive
- Créer un environnement favorable à la résolution du conflit
- Parvenir au règlement de conflit

Contenu pédagogique :

1) Comprendre la dynamique des conflits
   a) Définir la notion de conflit
   b) Identifier les 3 situations de conflit possibles
   c) Repérer les différents types de conflits interpersonnels
   d) Mettre en évidence ce qui les déclenche et les conséquences du passage au conflit
2) Aborder le conflit de manière constructive en choisissant la voie de la résolution plutôt que celle de l'aggravation
   a) Comprendre que les conflits font partie de la vie professionnelle et qu'il est presque normal que des conflits interpersonnels surgissent et que tous les conflits ne sont pas nécessairement néfastes
   b) Piquer une colère, vouloir prendre sa revanche ou laisser tomber : il y a l'embarras du choix
   c) Maintenant, plus tard ou jamais : quand régler le problème ?
   d) Mettre en évidence les avantages ou rester ou traiter un conflit
3) Créer un environnement favorable à la résolution de conflit
   a) Gérer l'irrationnel dans un conflit
      - Décrypter et répondre aux messages des sentiments
      - En finir avec ses propres illusions, ses fantasmes, ses croyances et ses suppositions
   b) Repérer et agir face aux agissements destructeurs
      - Maîtriser l'agressivité ambiante développée par un persécuteur
      - Démasquer les bonnes intentions suspectes des sauveurs
      - Déjouer les résistances passives des victimes
4) Parvenir au règlement d'un conflit dans lequel vous êtes partie prenante
   a) Elaborer un plan
   b) Utiliser un modèle centré sur les relations ou centré sur les besoins
   c) Communiquer pour éviter l'embrasement
      - Prendre un bon départ
      - Utiliser la méthode DESC
   d) Gérer les réactions vives, faire face aux des personnes sur la défensives, savoir contrer les personnes qui rechignent à trouver une solution
5) Gérer les conflits interpersonnels dans lesquels vous êtes en position de médiateur ou de négociateur
   a) Ne pas se tromper de rôle et adopter les bons réflexes entre conciliation, médiation et arbitrage
   b) Chercher à rétablir le dialogue par un entretien séparé puis une réunion collective
   c) Rendre le conflit plus productif pour le groupe dès qu'il est résolu



1 jour pour faciliter la résolution des conflits collectifs et sociaux

D 304 : Aidez à la résolution des conflits organisationnels

Objectifs :

- Comprendre la dynamique des conflits
- Identifier la nature des conflits organisationnels
- Participer à la gestion des conflits organisationnels

Contenu pédagogique :

1) Comprendre la dynamique des conflits

   a) Définir la notion de conflit
   b) Identifier les 3 situations de conflit possibles
   c) Repérer les différents types de conflits organisationnels
   d) Mettre en évidence ce qui les déclenche et les conséquences du passage au conflit

2) Identifier la nature des conflits organisationnels

   a) Identifier ce qui le déclenche
   b) Apprécier ce qui le nourrit
   c) Mettre en œuvre ce qui l'annihile

3) Participer à la gestion des conflits organisationnels

   a) Anticiper les conflits organisationnels
      - Créer un climat de travail et d'échanges favorables
      - Tenir compte des rapports de force au sein de votre service,
      - Apprécier les risques internes et externes en cas de conflit,
      - Rester attentif au style de management et au mode de communication utilisé de façon à dire avec la manière et ménager les susceptibilités,
      - Créer un espace de liberté et de sécurité de telle sorte que chacun puisse faire part d'éventuelles revendications ou frustrations
   b) Aider à la résolution
      - Faire clarifier les attentes des revendicateurs,
      - Gérer l'irrationnel dans l'expression de leurs revendications
      - Faire apprécier à chacun les risques internes et externes et les conséquences en cas de conflit
      - Empêcher le recours au chantage
      - Ne pas se tromper de rôle
      - Rester un facilitant qui cherchant à maintenir une logique de dialogue constructif
      - Eviter de favoriser par ses comportements la rupture du dialogue ou de la négociation, entrainant de fait une situation de blocage qui est le scénario catastrophe



1 jour pour réussir ses négociations professionnelles

D 305 : Menez avec succès vos négociations professionnelles

Objectifs :

- Comprendre le mécanisme de la négociation professionnelle
- Devenir un négociateur avisé
- Disposer de vrais plus pour faire la différence et aboutir à un résultat probant

Contenu pédagogique :

1) Comprendre le mécanisme de la négociation professionnelle
   a) Définir ce qu'est une négociation professionnelle et comprendre ce qu'elle n'est pas
   b) Identifier les différents types de négociation
      - Les négociations simples conflictuelles ou coopératives
      - Les négociations à phases multiples ou multipartites
   c) Intégrer les 4 concepts clefs d'une bonne négociation
      - La solution idéale à travers une création de valeur
      - La MESORE (la meilleure solution de repli)
      - La ZAP (zone d'accord possible)
      - Le repli voire la rupture
2) Devenir un négociateur avisé
   a) Préparer ses négociations avec soin
   b) Affûter ses armes de négociateur
   c) Progresser avec méthode le jour J en tirant parti de la méthode des 3 C
      - Amener l'autre partie à négocier
      - Prendre un bon départ
      - Utiliser à bon escient quelques tactiques qui ont fait leur preuve
   d) Créer les conditions d'un accord
      - Identifier et surmonter les obstacles à un accord : les attentes irréalistes, les actes de sabotage, l'intransigeance, le manque de maîtrise, la manipulation, la disqualification, le parti pris...
      - Eviter les erreurs qui bloquent la négociation : la polémique, le passage en force, la surenchère, ...
3) Disposer de vrais plus qui font la différence et aboutir à des résultats probants
   a) Négocier dans un temps limité
   b) Parvenir à canaliser une personnalité difficile
   c) Négocier face à une personne avec laquelle les relations ont véritablement de l'importance
   d) Négocier pour autrui



1 jour pour être comme N+2 dans le bon rôle avec les N+1

D 306 : Managez des managers, faites en des relais efficaces et rendez les proactifs

Objectifs :

- Comprendre les rôles, les missions et responsabilités des managers en général, d'un manager de manager en particulier et se positionner sur cette fonction en tant que manager de managers
- Créer les conditions leur permettant d'être comme managers à la bonne place au bon moment

Contenu pédagogique :

1) Comprendre les rôles, les missions et responsabilités des managers en général, d'un manager de manager en particulier et se positionner sur cette fonction en tant que manager de managers
   a) Comprendre comment se positionne un individu dans un groupe : la loi des 4 M
   b) Appréhender les conséquences de ce positionnement dans son environnement
   c) Trouver le bon positionnement face à ses collaborateurs directs comme manager de managers
   d) Utiliser à bon escient les 7 clefs de pilotage de vos collaborateurs directs

2) Créer les conditions leur permettant d'être comme managers, à la bonne place au bon moment
   a) Les aider à développer leur propre leadership vis-à-vis de leur équipe : mode d'emploi de sur les 4 axes
   b) S'affirmer et se positionner comme manager <u>leader</u> en tant que détenteur de l'autorité et du leadership sur leur équipe pour définir leur espace de management tout en déhiérarchisant l'organisation, clarifier les ambitions, préciser les stratégies, fixer les objectifs ...
   c) Transformer leur pouvoir en autorité naturelle pour être un manager <u>animateur</u> plus pro 'actif sachant jouer la transparence « utile » afin de mobiliser les ressources, orienter l'action collective vers les objectifs fixés ...
   d) Se positionner clairement en manager <u>gestionnaire</u> sachant gérer les effectifs en équipe et prendre en considération les singularités pour organiser l'activité du groupe et s'appuyer sur les procédures et sur les règles du jeu pour mettre en œuvre les mécanismes de coordination au sein de leur collectif et favoriser le renforcement des compétences de chacun ... tout en gardant une longueur d'avance sur certains aspects liés à la fonction de manager ...
   e) Etre <u>l'expert</u> qui vérifie les cohérences et incohérences entre finalités, objectifs et résultats et qui prend les mesures correctives pour mobiliser durablement les énergies et met en œuvre les changements nécessaires pour l'organisation



1 jour pour piloter un groupe projet 

D 307 : Réussissez dans une relation d'autorité sans lien hiérarchique

Objectifs :

- Connaître les rôles, les missions et responsabilités d'un animateur dans une relation d'autorité sans lien hiérarchique et/ou dans une relation transverse
- Comprendre les spécificités d'une équipe animée en mode projet, les prérequis nécessaire à la performance, les mécanismes relationnels entre jeux relationnels et jeux de pouvoir
- Adopter les bonnes postures et comportements sur les 3 leviers du management transversal

Contenu pédagogique :

1) Connaître les rôles, missions et responsabilités d'un animateur dans une relation d'autorité sans lien hiérarchique et/ou dans une relation transverse
    a) Connaître ses rôles, missions et responsabilités comme moteur transverse avec des collaborateurs internes ou des prestataires
    b) Faire un autodiagnostic sur ses capacités à mettre toutes les chances de son côté sur les 3 leviers du management transversal : l'action – l'équipe- le leadership
    c) Identifier sa propre représentation de l'autorité sur les 4 séquences distinctes qui définit le management (selon le modèle FISC)
    d) Apprécier son style de leadership dans le modèle FISC
    e) Imaginer comment avoir de « l'influence » sans avoir une « autorité hiérarchique »

2) Comprendre les spécificités d'une équipe animée en mode projet, les spécificités d'une équipe animée en mode projet, les prérequis nécessaire à la performance, les mécanismes relationnels entre jeux relationnels et jeux de pouvoir
    a) Identifier les spécificités des différents types de groupes : équipes projet - équipe dédiées - groupes de travail - réseaux
    b) Comprendre les prérequis nécessaires à la performance d'équipe
    c) Identifier les limites des mécanismes relationnels entre jeux relationnels et jeux de pouvoir

3) Adopter les bonnes postures et comportements sur les 3 leviers du management transversal pour réussir dans ce type de situation
    a) Pour structurer et animer l'action : clarifier les « statuts » de l'équipe et du projet, faire le point sur les objectifs, les moyens et les ressources, clarifier les rôles, les responsabilités et la contribution attendue de chacun, suivre la performance
    b) Pour développer un dynamique d'équipe : fédérer autour d'une vision commune, développer une communication efficace dans l'équipe, mettre en place des relations de confiance, définir des règles de décision et de fonctionnement, développer les synergies et rechercher la complémentarité
    c) Pour développer son leadership et sa crédibilité sans lien d'autorité : développer son assertivité et l'affirmation de soi, gérer les situations d'oppositions et les situations de blocage, recadrer les dérives organisationnelles et/ou les conflits interpersonnels



D 308 : Collaborateurs : Préparez et faites passer vos messages lors de vos entretiens de pilotage

Objectifs :

- Situer la démarche, les objectifs et les enjeux de l'évaluation et du pilotage
- Favoriser l'assimilation du processus et des procédures
- Conduire l'entretien de façon à le rendre plus factuel et plus pertinent

Contenu pédagogique :

2) Situer la démarche, les objectifs et les enjeux de l'évaluation et du pilotage
   f) Connaître les fondamentaux réglementaires : entretiens annuels et entretiens séquentiels
   g) Appréhender l'entretien annuel comme un moment clé du pilotage de l'activité d'un collaborateur et un moment clé de la relation
   h) Identifier les objectifs visés à travers la mise en œuvre de l'entretien annuel pour vous comme évalué
   i) Comprendre les réticences psychologiques à l'évaluation que ce soit chez l'évalué ou l'évaluateur
   j) Comprendre l'impact de l'entretien sur la motivation

4) Favoriser l'assimilation du processus et des procédures
   a) S'approprier la méthode et les règles du jeu : l'avant - le pendant - l'après
   b) S'approprier les outils et supports d'évaluation : le document explicatif à destination de l'évaluateur - le document explicatif à destination de l'évalué - le support d'entretien
   c) Comment être dans le bon rôle physiquement et psychiquement ?
   d) Que faut-il préparer pratiquement ?
   e) Et comment les utiliser à bon escient ?
   f) A quel moment les remettre ?

5) Conduire l'entretien d'évaluation de façon à le rendre plus factuel et pertinent
   a) Connaître les étapes de l'entretien de pilotage
   j) Oser s'exprimer : se mettre à l'aise – par quoi commencer – que dire et faire
   k) Etablir le diagnostic et le bilan de l'année écoulée : pourquoi et comment exprimer pourquoi écouter ce que peut-être il sait déjà – que faire s'il ne note pas – que faire pour s'assurer que ce qui figure sur le document est l'exacte transcription de ce sur quoi les 2 acteurs tombent d'accord
   l) Comparer sa performance avec des standards de performance : ont-ils été définis en amont ? est-ce bien nécessaire ?
   m) Négocier ses objectifs et fixer conjointement les moyens à mettre en œuvre pour passer des idées au plan d'actions : quels objectifs, comment et quand
   n) Proposer et suggérer à son évaluateur des modalités de contrôles périodiques et un suivi adapté
   o) Se projeter sur le futur et exposer clairement ses souhaits en matière d'évolution fonctionnelle ou hiérarchique : quoi noter où et quand
   p) Connaître et utiliser les techniques de communication pour mieux communiquer vers et avec l'autre : techniques d'investigation (écoute, questionnement, observation, reformulation), d'empathie (acceptation de la contradiction, traitement des objections), d'expression (SICAV)



GAGNER EN EFFICACITE

Comment trouver le bon équilibre face aux autres
en changeant de fonction ou de rôle ?

Formations :

D 401 : **Développez votre crédibilité en passant de collègue à hiérarchique**

D 402 : **Appuyez-vous sur votre expertise technique pour asseoir votre approche commerciale**

D 403 : **Appuyez-vous sur votre culture client pour passer de l'administration des ventes à la relation clients en direct clients**

D 404 : **Appuyez-vous sur votre expertise de la vente et du processus de décision pour devenir vendeur auprès de grands comptes**

D 405 : **Utilisez votre approche relationnelle pour passer du rôle de vendeur à celui d'animateur de réseau**

D 406 : **Appuyez-vous sur les techniques de vente pour passer d'une fonction itinérante à une fonction plus sédentaire (de commercial à commerçant) (ou vice-versa)**

D 407 : **Développez votre expertise en négociation pour passer d'une fonction achat à une fonction vente (ou vice-versa)**

D 408 : **Appuyez-vous sur votre expertise pour concevoir et animer des sessions de formation**

Pro'Act Conseil

1 jour pour changer de statut dans la relation avec d'anciens collègues

D 401 : Développez votre crédibilité en passant de collègue à hiérarchique

Objectifs :

- Trouver les clefs pour passer de collègue à hiérarchique
- Faire preuve de cohérence pour assumer ses nouvelles responsabilités et trouver la bonne distance de ses relations interpersonnelles

Contenu pédagogique :

1) Trouver les clefs pour passer de collègue à hiérarchique

   a) Identifier sa propre représentation de l'autorité (selon le modèle FISC)
      F autorité de fonction → 1 manager "leader"
      I autorité d'influence → 1 manager "animateur"
      S autorité de situation → 1 manager "gestionnaire"
      C autorité de compétences → 1 manager "expert"

   b) Apprécier son style de leadership dans le modèle FISC

   c) Comprendre son style de leadership

   d) Identifier son propre potentiel "d'influence" dans le cas particulier d'un passage de collègue à hiérarchique

2) Faire preuve de cohérence pour assumer ses nouvelles responsabilités et trouver la bonne distance de ses relations interpersonnelles

   a) Adopter les bons réflexes des 5 S pour optimiser sa préparation à la prise de poste

   b) Utiliser à bon escient 2 clés pour réussir son "arrivée" comme manager (pendant les 30 premiers jours)

   c) Adopter les 4 bons leviers 4 clés pour confirmer la "lune de miel" (du 30ème au 100ème jour)

   d) Prendre cas des 2 paramètres pour aller au-delà du 100ème jour

   e) Savoir comment rebondir en cas d'erreurs de parcours



1 jour pour changer de fonction face à d'anciens clients / fournisseurs

D 402 : Appuyez-vous sur votre expertise technique pour asseoir votre approche commerciale

Objectifs :

- Adopter un esprit "commercial" en dépassant ses freins par rapport à l'acte de vente/d'achat
- Utiliser à bon escient ses qualités techniques réussir dans une approche plus commerciale
- Améliorer ses compétences commerciales et devenir un grand vendeur

Contenu pédagogique :

1) Adopter un esprit « commercial » en dépassant ses freins par rapport à l'acte de vente/d'achat

   a) En finir avec ses croyances « limitantes » et dépasser ses peurs et ses appréhensions vis-à-vis de l'approche de la vente dans la relation client (par exemple : osez vendre en osant parler prix)
   b) Prendre conscience de ses atouts dans la culture produit et son expertise technique et des qualités prouvées lors de ses entretiens techniques avec des clients pour vendre une solution technique à un client
   c) Jouer le rôle et se mettre dans la peau du vendeur

2) Utilise à bon escient ses qualités techniques pour réussir dans une approche plus commerciale

   a) Pourquoi et comment jouer de son expertise technique en séquence 1 de la démarche commerciale pour instaurer un climat de confiance avec ses interlocuteurs
   b) Pourquoi et comment jouer de son expertise technique en séquence 2 de la démarche commerciale pour identifier les besoins réels au-delà de ce qui est exprimé par le client
   c) Pourquoi et comment jouer de son expertise technique en séquence 3 de la démarche commerciale pour présenter ses solutions et mettre en évidence d'une part la réponse aux besoins réels du client et d'autre part les avantages de la solution face aux solutions concurrentes
   d) Pourquoi et comment jouer de son expertise technique en séquence 4 de la démarche commerciale en sachant tenir son prix et négocier habilement en réduisant les options ou les volumes pour obtenir l'engagement

3) Améliorer ses compétences commerciales et devenir un grand vendeur

   a) Acquérir de nouveaux réflexes comportementaux et/ou méthodologiques pour renforcer sa pratique commerciale sur les 4 séquences de la démarche commerciale
   b) Repérer les situations favorables et déjouer les situations de blocage pour « garder l'avantage » vu son expertise technique



1 jour pour passer du back au front office

D 403 : Appuyez-vous sur votre culture client pour passer de l'administration des ventes à la relation clients en direct

Objectifs :

- Adopter un esprit « front office » en dépassant ses freins par rapport à la relation et la démarche commerciale en face à face chez le client
- Utiliser à bon escient sa culture client pour réussir dans une approche plus directe et commerciale
- Améliorer ses compétences commerciales et devenir un grand vendeur

Contenu pédagogique :

1) Adopter « un esprit front office » en dépassant ses freins par rapport à la relation et à la démarche commerciale en face à face chez le client

   a) En finir avec ses croyances « limitantes » et dépasser ses peurs et ses appréhensions face à son nouveau rôle
   b) Prendre conscience de tous ses atouts dans la culture entreprise et/ou produits et des qualités relationnelle dont vous avez fait preuve dans votre fonction précédente pour vendre en face à face un produit à un client
   c) Jouer le rôle et se mettre dans la peau d'un vendeur

2) Utiliser à bon escient ses qualités relationnelles exercées en back office pour adopter les bons réflexes dans une autre approche relationnelle

   a) Pourquoi et comment jouer de son expertise relationnelle et commerciale du back-office en séquence 1 de la démarche commerciale pour instaurer un climat de confiance avec ses clients
   b) Pourquoi et comment jouer de son expertise relationnelle et commerciale du back-office en séquence 2 de la démarche commerciale pour mieux identifier les besoins, apprécier la personnalité du client ou identifier le circuit de décision
   c) Pourquoi et comment jouer de son expertise relationnelle et commerciale du back-office en séquence 3 de la démarche commerciale pour présenter un devis et mettre avant ses solutions et le prix
   d) Pourquoi et comment jouer de son expertise relationnelle et commerciale du back-office en séquence 4 de la démarche commerciale pour définir des conditions plancher et plafond et établir des règles du jeu permettant d'obtenir l'engagement du client

3) Améliorer ses compétences « commerciales et comportementales » dans les 4 phases

   a) Acquérir de nouveaux réflexes comportementaux et/ou méthodologiques pour renforcer sa pratique commerciale sur les 4 séquences de la démarche commerciale
   b) Repérer les situations favorables et déjouer les situations de blocage pour « garder l'avantage » vu son expertise de relation client en interne



1 jour pour passer avec succès d'un rôle de commercial

à celui de vendeur grands comptes 

D 404 : Appuyez-vous sur votre expertise de la vente et du processus de décision pour devenir vendeur auprès de grands comptes

Objectifs :

- Définir sa stratégie « grands comptes »
- Elaborer son plan d'actions « grands comptes »

Contenu pédagogique :

1) Définir sa stratégie « grands comptes»

   a) Définir et comprendre le fonctionnement d'un grand compte

   b) Appréhender les 4 points permettant de dresser la cartographie d'un grand compte (ou d'un compte complexe)

2) Elaborer et mettre en œuvre son plan d'actions « grands comptes »

   a) Utiliser à bon escient les 3 leviers pour pénétrer le compte et recueillir toutes les informations utiles

   b) Adopter 5 bons réflexes pour accompagner et suivre le compte

   c) Prendre en considération les signaux d'alerte pour réactiver son plan d'action

3) Améliorer ses compétences « commerciales et comportementales » dans l'approche client

   a) Améliorer sa pratique commerciale lors de tous les moments de la relation et du suivi client

   b) Repérer les situations favorables pour garder l'avantage vu son expertise comme vendeur

   c) Déjouer les situations de blocages et de stress pour mieux les désamorcer et en relativiser l'impact lorsque l'on passe de vendeur à vendeur grands comptes ou sur des processus plus complexes



1 jour pour passer du rôle de vendeur à celui d'animateur de réseau

D 405 : Utilisez votre approche relationnelle pour passer de vendeur à animateur d'un réseau de vendeurs

Objectifs :

- Surpasser ses freins et ses peurs face au changement de fonction
- Utiliser à bon escient sa culture client et produits pour réussir dans cette nouvelle fonction
- Adopter les réflexes complémentaires pour passer du faire au faire-faire

Contenu pédagogique :

1) Surpasser ses freins et ses peurs face au changement de fonction

    a) En finir avec ses croyances « limitantes » et dépasser ses peurs et ses appréhensions vis-à-vis de son nouveau rôle

    b) Prendre conscience de ses atouts dans la vision de la performance commerciale et l'approche relationnelle et des qualités dont vous avez fait preuve dans votre fonction précédente pour réussir dans votre nouvelle fonction de coach de vendeurs

    c) Jouer le rôle et se mettre dans la peau d'un animateur de réseau

2) Utiliser à bon escient sa culture clients et produits pour réussir dans cette nouvelle fonction

    a) Prendre en considération les similitudes dans l'aspect relationnel et dans les qualités attendues dans la gestion d'une relation interpersonnelle (sur les 3 niveaux de relation)

    b) Prendre la mesure des différences dans les compétences attendues d'un joueur et celles attendues d'un animateur d'une équipe de vendeurs d'un réseau distributeur (sur les 7 rôles de l'animation)

3) Adopter les réflexes complémentaires pour passer du faire au faire faire

    a) Garder les réflexes issus de son expérience précédente dans l'appréciation de la performance commerciale

    b) Adopter des nouvelles pratiques pour passer du faire au faire faire dans l'art de la délégation et de la gestion de la clientèle lors de ses accompagnements terrain et des entretiens de vente fait conjointement

    c) Prendre la mesure de sa fonction en cas d'une animation fonctionnelle mais non hiérarchique du réseau de vendeurs



1 jour pour passer de commercial à commerçant

D 406 : Appuyez-vous sur les techniques de vente pour passer de commercial à commerçant (ou vice-versa)

Objectifs :

- Surpasser ses freins et ses peurs face au changement de fonction
- Utiliser à bon escient son expertise précédente pour réussir dans cette nouvelle fonction
- Adopter les réflexes complémentaires sur l'accueil, l'approche conseil et sur la vente.

Contenu pédagogique :

1) Surpasser ses freins et ses peurs face au changement de fonction

    a) En finir avec ses croyances « limitantes » et dépasser ses peurs et ses appréhensions vis-à-vis de son nouveau rôle
    b) Prendre conscience de ses atouts dans la relation clients et la démarche de vente et des qualités dont vous avez fait preuve dans votre fonction précédente pour passer d'une fonction de commercial à celle de commerçant (ou inversement)
    c) Jouer le rôle et se mettre dans la peau du commercial/commerçant que vous devenez

2) Utiliser à bon escient son expertise précédente pour réussir dans cette nouvelle fonction

    a) Prendre en considération les similitudes dans l'aspect « commerce » et dans les qualités attendues dans la gestion d'une relation interpersonnelle (sur les 3 niveaux de relation)
    b) Prendre la mesure des différences dans les compétences attendues d'un vendeur qui reçoit chez lui des clients par rapport à un vendeur qui se déplace chez ses clients dans la démarche commerciale et les techniques de fidélisation

3) Adopter les réflexes complémentaires sur l'accueil, l'approche conseil et la vente

    a) Séquence 1 : accueillir au lieu d'être accueilli (ou vice versa)
    b) Séquence 2 : l'observer dans ses envies et laisser faire ou aller à la découverte des besoins (ou vice versa)
    c) Séquence 3 : mettre en avant ses produits (vitrine et agencement de l'espace magasin) ou parler de son offre et vendre un devis (ou vice versa)
    d) Séquence 4 : trouver une solution adaptée au budget et finaliser la vente ou pousser à la conclusion face à un choix concurrent et obtenir l'engagement du client (ou vice versa)



1 jour pour passer des achats à la vente (ou de la vente aux achats)

D 407 : Développez votre expertise en négociation pour passer d'une fonction achat à une fonction vente (ou vice-versa)

Objectifs :

- Surpasser ses freins et ses peurs par rapport au changement de fonction
- Utiliser à bon escient sa culture vente (achat) pour réussir dans sa nouvelle fonction
- Améliorer ses compétences commerciales et comportementales dans les 4 phases

Contenu pédagogique :

1) Surpasser ses freins et ses peurs par rapport au changement de fonction

   a) Mettre en évidence ses croyances limitantes pour dépasser ses peurs de vendre (d'acheter) ou de parler prix de vente (négocier les meilleures conditions d'achat)
   b) Prendre conscience de ses atouts dans l'art de la relation et de la négociation avec un partenaire et des qualités dont vous avez fait preuve dans votre fonction précédente pour passer d'une fonction achat à une fonction vente (ou inversement)
   c) Jouer le rôle et se mettre dans la peau d'un nouveau personnage

2) Utiliser à bon escient sa culture vente (achat) pour réussir dans sa nouvelle fonction

   a) Séquence 1 : phase de mise en confiance
   b) Séquence 2 : phase d'identification des besoins (ou d'expression des besoins)
   c) Séquence 3 : phase de préconisation (ou d'écoute des solutions)
   d) Séquence 4 : phase d'engagement (ou de finalisation d'un accord

3) Améliorer ses compétences « commerciales et comportementales » dans les 4 phases

   a) Garder les réflexes issus de son expérience précédente dans l'appréciation de la négociation dans une approche gagnante
   b) Adopter des nouvelles pratiques pour passer de l'achat à le vente (ou vice versa)
   c) Repérer les situations favorables pour garder l'avantage
   d) Identifier les situations de stress pour mieux les désamorcer et en relativiser l'impact



1 jour pour concevoir et animer une session de formation 

D 408 : Appuyez-vous sur votre expertise et votre sens de la pédagogie pour concevoir et animer une session de formation

Objectifs :

- Clarifier les facteurs de réussite d'une action de formation
- Appliquer la méthodologie d'une action de formation
- Mener avec succès une action de formation et son évaluation

Contenu pédagogique :

1) Clarifier les facteurs de réussite d'une action de formation

   a) La pédagogie et la relation pédagogique pour transmettre et faciliter l'apprentissage
   b) L'animation d'un groupe d'adultes et les 3 leviers sur lesquels il convient d'agir : gérer - faire participer - faire produire
   c) L'évaluation et la capacité à s'auto-évaluer et se faire évaluer par les autres à chaud et à froid

2) Appliquer la méthodologie d'une action de formation

   a) En phase d'ouverture à travers la mise en œuvre du TOAST et l'utilisation d'outils d'animation tels que le jeu du blason, les exercices de présentation simple et croisée, le portrait chinois
   b) En phase de déroulement à travers l'adéquation des séquences d'animations avec les objectifs pédagogiques et les attentes exprimées par les parties prenantes, l'adaptation de la méthode pédagogique en fonction des compétences à développer, la prise en charge du public entre méthodes explicative, démonstrative ou résolution de problèmes et la mise en œuvre des bonnes postures du formateur face à son public
   c) En phase de clôture d'une formation en réunissant les éléments importants vus au cours du cursus, en invitant les participants à définir leurs acquis et axes de progrès et formaliser des engagements et en faisant exprimer le niveau de satisfaction sur le fond et la forme de l'action à chaud puis en sollicitant les participants pour qu'ils expriment leur satisfaction auprès un temps d'incubation à froid

3) Mener avec succès une action de formation

   a) Optimiser le fond en clarifiant, hiérarchisant et ordonnant les idées de façon à construire des séquences progressives permettant une évolution des acquis
   b) Optimiser la forme en tenant compte des aspects humains mais aussi des outils et ressources nécessaires à la mise en œuvre d'une action de formation et veillant à alterner les modes opératoires pour éviter l'épuisement du public et entretenir l'attention

